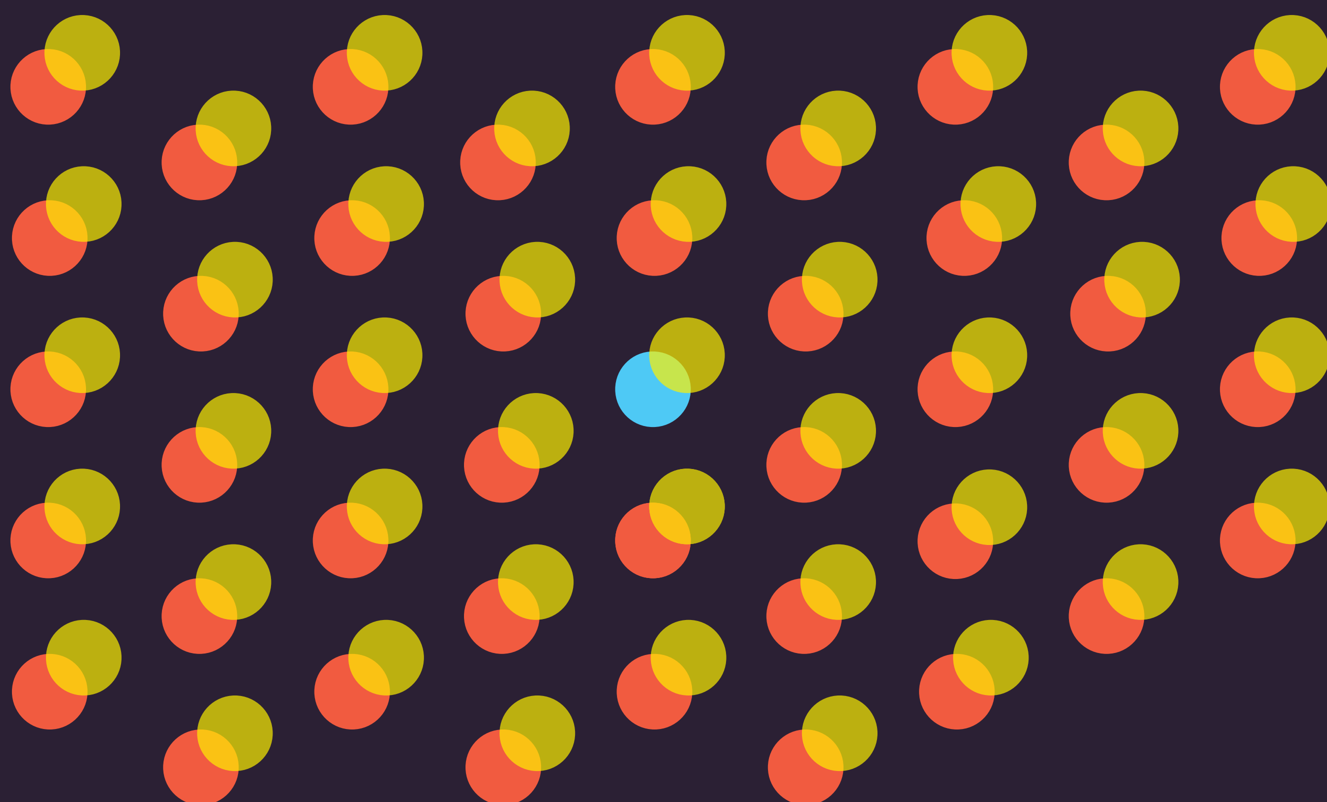
Carolina Bandinelli

Il miglior lavoro del mondo

Lo strano caso dell'imprenditoria sociale



DOPPIOZERO

cheFare

Carolina Bandinelli

Il miglior lavoro del mondo

Lo strano caso dell'imprenditoria sociale

DOPPIOZERO

cheFare

Sommario

Ringraziamenti

Non vedevo l’ora di scriverli, questi ringraziamenti. Quando inizio a leggere un nuovo libro, che sia un saggio o un romanzo, spero sempre che ci siano i ringraziamenti. E li leggo tutti. Anche se c’è un elenco di nomi a me sconosciuti: io li leggo ad uno ad uno. Non so perché. Forse perché la ricerca, il pensiero, e quindi la scrittura, sono solo erroneamente considerate imprese individuali, ma in verità non c’è niente di più collettivo. Pensiero è dialogo, scrittura è pensiero, e quindi scrittura è dialogo. Logica impeccabile del sillogismo. Questo piccolo libro, così come la ricerca che lo informa, nasce dal dialogo con molte persone. E io le ringrazio, finalmente, e per iscritto. Prima di tutto vorrei ringraziare la boy band di Che-Fare: Bertram Niessen, Giacomo Giossi e Marco Liberatore. Quest’ultimo in particolare, che ha seguito la stesura del manoscritto fin dall’inizio, e ha sopportato i miei ritardi, e arricchito le mie riflessioni con i suoi spunti. E poi vorrei ringraziare Alessandro Gandini, Alberto Cossu, Alberto Campora, Giuditta Passini (la Socia), Marianna Moller, e Federica Nanni, con i quali ho scambiato idee in questi anni di ricerca e che sono dei ganzi e delle ganze assolute. E poi ringrazio Adam Arvidsson: senza di lui non lo so se sarei riuscita a uscire (quasi) incolume dall’esperienza “dottorato a Londra”. Voglio ringraziare in modo speciale Marco Benoit Carbone, Paolo Ruffino e Arturo Bandinelli, con i quali mi confronto ogni giorno e che hanno letto e commentato le prime bozze di questo libro, e ai quali voglio tanto bene. E ringrazio Luca Bonini, Antonio Lisi e Andrea Cappellini perché mi aiutano a ricordarmi che non sono solo una che fa ricerca. E ringrazio Manfredi Borsetti, perché se scrivo lo devo anche a lui. E sono felicissima che le mie amiche del cuore Giulia Pecorari, Claudia Paladini, Francesca Ulivari, Adele Bacci (la Red), Maddalena Ugolini

e Valentina Longo, possano leggere queste pagine per capire bene che cosa faccio (….“ma cos'è questa ricerca che fai?”) e dirmi che ne pensano. Infine, ringrazio il mio babbo e la mia mamma che mi hanno sempre detto: “Scrivi Carolina, scrivi”.

Prologo

Un giorno di un luglio non troppo caldo bevo un espresso in una pasticceria milanese mentre aspetto Veronica, una stilista indipendente. Arriva. È una ragazza giovane, bella, in carriera. Indossa un abito lungo di lino grigio, sandali con la zeppa non troppo alta, e sulle unghie smalto color corallo. Mi spiega che vuol fare abiti secondo una "filosofia" diversa da quella dominante nell'industria della moda, vuol fare abiti che "durino nel tempo", che non implichino lo "sfruttamento del lavoro", che rifiutino la "logica di un consumo irresponsabile". Non vuole produrre "vestiti", spiega, ma dar vita a "progetti". Veronica, sorseggiando il suo espresso per un tempo quasi irragionevole, dice che vuol "cambiare le cose", perché "così non possiamo andare avanti". Allude, vagamente, alla crisi: "Economica, ambientale, sociale, morale…". Non è chiaro cosa intenda, ma palese è il desiderio di cercare una soluzione agli effetti (molto) indesiderati del consumismo capitalista.

Joanna, una ragazza danese che vive a Londra, nutre desideri simili: vuole creare una linea di abiti coinvolgendo la comunità. "Le persone devono sentirsi parte del brand, alla fine la moda è una cosa così intima… bisogna cambiarne i modi di produzione e includere la gente… La gente comune… più gente possibile!". Joanna abita in un appartamento arredato in stile minimale nel quartiere più hipster di Londra. Accanto a casa sua, sulla destra, c'è un grande negozio che vende semi, verdure, integratori naturali, e filoncini di pane integrale a 2.80 sterline l'uno. Sulla sinistra invece un piccolo locale con le pareti piene di vinili, serve cocktails in tazze da tè, e ospita band indie rock emergenti ogni venerdì, sabato e domenica. Joanna mi racconta dei suoi progetti mentre versa un bicchiere di rosso in un grande calice dall'aspetto pregiato. "Ho lavorato per i grandi nomi, sai…" – aggiunge – " ma che senso

ha lavorare per qualcun altro?" – domanda poi, convinta si tratti di una domanda retorica. "Insomma, ho mollato il mio lavoro stabile e iniziato a metter su la mia impresa perché avevo bisogno di fare qualcosa in cui credere, qualcosa che potesse migliorare un po' il mondo!". Conclude, aleatoria e convinta al tempo stesso, appena prima di propormi una serata al cinema.

Alfredo ha più o meno la stessa età di Veronica e Joanna, è italiano, vive nel nord di Londra, e anche lui sta cercando di cambiare il mondo. In Italia lavorava per una grande banca, guadagnava bene, e aveva una fidanzata da molti anni. Si sentiva quasi "sistemato" (sensazione che molti trentenni temono di non riuscire a provare *mai*). Poi ha mollato tutto – impiego, fidanzata, paese natale – perché voleva fare un lavoro che gli permettesse di esprimere i suoi ideali, i suoi *valori*. "Ero depresso" – mi dice mentre distrattamente controlla la casella email – "clinicamente depresso" – precisa, guardandomi negli occhi. "Dovevo cambiare, non potevo fare un lavoro così distante da quello in cui credo, dovevo fare qualcosa che cambiasse le cose!". Alfredo ha investito tutti i suoi risparmi per fondare un'impresa sociale, che "promuove il cambiamento in Italia". Si è preso il rischio di "fallire" – dice – ma è sereno perché almeno ci sta "provando". "D'altronde" – puntualizza – "sono un privilegiato ed era giusto che dessi qualcosa indietro alla società".

Veronica, Joanna e Alfredo sono impegnati in progetti di diversa natura, e con esiti altrettanto differenti, ma li accomuna desiderio di "cambiare le cose" – financo "il mondo" intero – e la voglia di farlo attraverso mezzi imprenditoriali. Sono i cosiddetti *changemaker*[1] o – per dirla all'italiana – attori del cambiamento. Una nuova generazione di uomini e donne spesso colti, provenienti da famiglie della classe media, laureati in discipline che spaziano dall'economia alla comunicazione, dall'ingegneria al design, convinti che l'impresa sia il tramite ideale attraverso cui attualizzare i propri valori etici e politici.

Il fatto che i giovani – d'altronde oggi spesso si conduce una vita da 'giovani', volenti o nolenti, anche fino a quarant'anni – coltivino l'aspirazione di incidere su ciò che li circonda, per cambiarlo, anche in modo radicale, non è niente di nuovo in sé. Eppure anche solo vent'anni fa chi voleva "cambiare il mondo" si iscriveva a un partito, o magari faceva l'attivista nelle file di qualche movimento sociale, o forse il volontario per un'associazione benefica.

1 "Changemaker" è un termine coniato da Ashoka, una delle più importanti organizzazioni che supportano e promuovono l'impresa sociale in tutto il mondo, il suo sito è www.ashoka.org.

Oggi sembra che molti invece siano portati a considerare il lavoro – in particolar modo l'imprenditorialità – come quella sfera nella quale dare vita e realizzare il proprio senso di responsabilità nei confronti degli altri.

Di primo acchito può sembrare strano, addirittura paradossale, che per '"cambiare il mondo" si debba diventare imprenditori, gestire strategie di mercato e far quadrare bilanci, cercare investitori e lanciare campagne di marketing. Tuttavia, a una più attenta analisi, l'idea che per contribuire al bene comune la miglior cosa sia imbarcarsi in un'attività indipendente da qualsiasi tipo di organizzazione e istituzione, risulta una delle poche rimaste a disposizione per i trentenni post–crisi: giovani adulti delusi da promesse di carriera dispensate da fiduciosi genitori anni ottanta – fai il lavoro che ti piace e sarai felice! (leggi: non *solo*, ma *anche* ricco) e che adesso invece rischiano la disoccupazione nonostante importanti titoli di studio. Adulti giovani, che per anni hanno pasteggiato a sofficini e succhi alla pera per poi scoprire con orrore che le loro innocenti merende stavano contribuendo all'irreversibile disastro ambientale, quel disastro imminente che poi inchioderà le loro coscienze alla contraddizione di chi protesta twittando con l'i-phone, viaggiando in aereo, vestendo Made in China, e trova sollievo morale solo nel saltuario acquisto di carote organiche a prezzi duplicati. Sono gli stessi che, da ancora più giovani, occuparono la scuola con poca convinzione ("noi almeno occupavamo per una ragione"– dicevano, giudicanti, i genitori) e che con molta delusione videro dissolversi (quasi) del tutto le potenzialità del movimento No-Global. Fu forse così che cominciarono a pensare che aveva ragione Leibnitz e questo, per quanto orribile, è in effetti migliore dei mondi possibili. Stiamo parlando di tutti quelli che, infine, dopo essersi diplomati, laureati, masterizzati (alcuni addirittura dottorati!) si ritrovano la porta sbattuta in faccia dalla "crisi" e dall'impotenza – o incompetenza – clamorosa di una classe politica da cui non si sentono più rappresentati. Alla famosa "generazione X" – che forse ha sempre saputo di non aver più santi né eroi – resta la netta sensazione di non poter contare praticamente su nessun tipo di partito, associazione, religione, o altra forma di azione collettiva organizzata. E dunque, in questo quadro, non suona poi così strano che il desiderio grande e sublime, il desiderio più tracotante e onnicomprensivo: quello di *cambiare il mondo*, possa assumere la forma di una professione incerta ma promettente – che se tutto va bene può dar da vivere (o magari anche più che da vivere! Non si sa mai! Guarda Zuckerberg!) – una professione/vocazione in cui si è portati a investire tutte

le proprie capacità, e che permette di agire in autonomia, almeno fino a che non si va in bancarotta…

Se così è allora in gioco c'è un particolare modo di pensare il cambiamento, il mondo, l'etica, l'economia e la politica. Un modo che riflette le condizioni di esistenza di molti, e che è il risultato di un sistema che riguarda tutti. Interrogarsi sul pensiero dei changemaker, sul tentativo di reintegrare economia ed etica, significa dunque capire una parte importante del tempo in cui viviamo, e questo piccolo libro vorrebbe fare un passo in questa direzione.

Introduzione

Di cosa parliamo quando parliamo di impresa sociale? Difficile a dirsi: l'impresa sociale è infatti un fenomeno multiforme sulla cui definizione non c'è accordo. La si può vedere come un network in espansione, una realtà fluida non del tutto decidibile, un movimento culturale a cui partecipano molteplici attori, proponendo interpretazioni differenti, per certi aspetti contrastanti. Questo stato di indeterminazione si riflette nella varietà delle pratiche che prendono, o possono prendere, il nome di "impresa sociale": pratiche di CSR (Corporate Social Responsibility); imprese che si occupano di prodotti e servizi ecosostenibili, operando nella cosiddetta green economy; imprese che sperimentano modi di produzione *open-source* e iniziative di *share-economy*; e poi cooperative di tipo A e B; iniziative di micro-economia sostenibile; agenzie di quel che viene definito *behavioural change* (si tratta di usare gli strumenti del marketing per generare un comportamento più solidale e rispettoso per gli altri e per l'ambiente); e ancora imprese che forniscono servizi di welfare (in realtà molti ospedali o asili sono oggi, tecnicamente, imprese sociali) e progetti di finanza e finanziamento alternativi (si pensi alla Grameen Bank2 o al *crowdfunding*). Tale molteplicità non può che disorientare coloro i quali cercano una definizione chiara!

Nondimeno i tentativi proliferano e vari autori hanno tentato di definire l'impresa sociale, per esempio nello spettro del profit/non-profit,[3]

2 La Grameen Bank, fondata da Muhammad Yunus, è una banca che elargisce prestito senza richiedere alcuna garanzia e creando così un sistema basato su responsabilità, fiducia e partecipazione. La Grameen bank è attiva in più di 8,379 villaggi in Bangladesh e ha elargito prestiti a più di 8 milioni di persone (www.grameen-info.org).

3 Si veda per esempio Gregory Dees & Beth Battle Anderson, *Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on two Schools of Practice and Thought*, in Mosher-Williams, R (ed), *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, 1 (3) Indianapolis, IN ARNOVA, 2006: pp.39-66.

all'incrocio tra il mercato, il governo e la società civile[4], in relazione all'eccezionalità degli imprenditori e imprenditrici sociali, al loro ardore e alla fermezza[5], e perfino come una 'forza che crea la società'[6]. Tuttavia, al di là dei diversi punti di vista, l'impresa sociale presenta un nucleo concettuale piuttosto stabile, che percorre quasi tutte le sue possibili forme e interpretazioni. Si tratta dell'idea che *i mezzi imprenditoriali possano essere impiegati per migliorare la società*, rendendola più giusta: moralmente, ecologicamente ed economicamente sostenibile. Si stabilisce dunque che l'impresa sia una strategia economica adeguata per portare avanti azioni volte al bene comune, e che l'imprenditore sociale sia il soggetto principe per realizzare l'interesse della collettività.

A mio avviso è proprio questo nucleo concettuale a contenere la forza simbolica e culturale del movimento, a rappresentare, in sé, in effetti, un cambiamento. Non stupisce che ricercatori, professionisti e simpatizzanti se ne facciano orgogliosi portavoce. Per esempio, Alan Fayolle e Henry Matlay, editori di un'importante collezione di saggi intitolata *Handbook of Research on Social entrepreneurhsip*, scrivono che:

> L'impresa può essere uno strumento importante per ristabilire un equilibrio migliore tra benessere economico e sociale. Infatti, l'impresa può produrre un alto valore economico, ma può (o almeno dovrebbe) essere anche un mezzo per contribuire alla creazione di una società più giusta[7].

E sul sito della *Skoll Foundation*, un'importante organizzazione che supporta l'impresa sociale in tutto il mondo, si legge che gli imprenditori sociali sono 'gli agenti del cambiamento della società: creatori di innovazione che sovvertono lo status quo e trasformano il nostro mondo al meglio'.[8] In buona

---

4 Si veda per esempio: Nyssens, Marthe (ed) *Social Enterprise: at the crossroad of market, public policies and civic society,* Routledge, New York, 2006.

5 Si veda per esempio l'articolo seminale di Gregory Dees, pubblicato nel 1998, *The Meaning of Social Entrepreneurhsip.* Lo si può leggere on line al seguente link: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf. Oppure il contributo di Bill Drayton, fondatore di Ashoka (vedi nota 1) dal titolo *Everyone is a Changemaker, Social Entrepreneurhsip Ultimate Goal,* MIT press, 2006. E ancora il libro di Charles Leadbeater, *The Rise of the Social Entrepreneur,* DEMOS, London, 1997.

6 Questo approccio è portato avanti soprattutto da Daniel Hijort e Chris Steyaert. Si veda per esempio la raccolta di cui sono editori: *Entrepreneurship as Social Change,* Edward Elgar, Cheltenham UK and Northampton MA, 2006.

7 Alain Fayolle e Henry Matlay (a cura di), *Handbook of Research on Social Entrepreneurship,* Edward Elgar, Cheltenham UK and Northampton MA, 2010, p. 1.

8 Il sito della Skoll Foundation è: http://www.skollfoundation.org/about/.

sostanza la proposta dell'impresa sociale è che l'impresa possa essere usata per 'cambiare il mondo' e costruire una 'società più giusta'. Quest'affermazione apparentemente semplice può invece essere assai problematica, soprattutto se si considera che un'intera tradizione di pensiero ha considerato l'impresa la forma principe di individualismo e diseguaglianza.

Celebri intellettuali, studiosi di cultura e società, sembrano aver emanato l'inequivocabile sentenza che imprenditorialità e responsabilità sociale sono mutualmente esclusive. Uno di questi è Maurizio Lazzarato, sociologo e filosofo post-operaista che da anni lavora sui temi del lavoro e del soggetto nel neoliberalismo. Egli sostiene che l'impresa si basa sul meccanismo della competizione, e pertanto un soggetto e una società imprenditorializzati rappresentano una minaccia per lo sviluppo di sentimenti di solidarietà e coesione con gli altri.[9] Lois McNay, docente di teoria politica a Oxford, seguendo una simile linea di pensiero afferma che l'imprenditorialità implica un processo di erosione dei sentimenti di solidarietà, processo attraverso cui ogni principio a parte il soddisfacimento del proprio interesse personale si svuota di significato.[10]

Il dibattito accademico e culturale sembra dunque diviso in due nette fazioni: da una parte c'è chi sbandiera l'impresa come la panacea di tutti i mali, e dall'altra chi la identifica come risultato e inasprimento di quegli stessi mali. Situazione interessante, poiché sottolinea l'ambiguità della questione, la possibilità di letture contrastanti. Ciò che mi sembra significativo non è tanto sciogliere la controversia in favore dell'uno o dell'altro schieramento, ma riflettere sul tipo di visione del mondo che l'unione di impresa e responsabilità sociale implica. Perciò in questo libro vorrei condurre un'esplorazione dei tratti salienti del discorso dell'impresa sociale proprio nella misura in cui esso ribalta la tradizionale concezione del rapporto tra agire etico e economico, interpretando il secondo come strumentale al successo del primo e viceversa. Si tratta di indagare il *regime di verità* di impresa e innovazione sociale, e cioè analizzare quei discorsi che sono considerati come veri all'interno del suo paradigma conoscitivo, quei discorsi e le affermazioni che un soggetto deve

---

9 Maurizio Lazzarato, *Neoliberalism in Action: Inequality, Insecurity and the Reconstitution*, in *Theory, Culture & Society*, Sage, 26; 109-133, 2009.

10 Lois McNay, *Self as Enterprise Dilemmas of Control and Resistance in Foucault's The Birth of Biopolitics,* in *Theory Culture and Society,* 26: 55-67, 2009 p. 65.

considerare come veri se è o vuol diventare un imprenditore sociale.[11] Le questioni da cui la riflessione prende le mosse sono molto semplici, perfino banali: com'è possibile pensare l'impresa come mezzo adatto al raggiungimento del bene comune? Come si può pensare qualcosa come un'impresa *sociale*? Come occorre ridefinire i mezzi imprenditoriali per renderli adeguati a un'azione etica e politica? E di che tipo di etica e politica si tratta?

Le riposte (necessariamente parziali) che articolerò di seguito si basano sui dati raccolti durante un anno e mezzo di ricerca etnografica nella scena di impresa e innovazione sociale a Londra e Milano. Durante questo periodo ho incontrato decine d'imprenditori e imprenditrici sociali (o aspiranti tali), alcuni di loro li ho intervistati, e con molti ho parlato per qualche minuto, o per qualche ora, nelle più svariate occasioni: in metro al ritorno da una conferenza, durante le pause di un workshop, a pranzo o a cena, bevendo una birra, a casa di amici, nel bagno di un co-working, dopo un bicchiere di prosecco al rinfresco di un convegno. Il tema di queste conversazioni era sempre l'impresa sociale, il suo significato, i limiti e le potenzialità, le sue diverse forme e interpretazioni. Ho cercato di indagare in che modo i miei interlocutori concettualizzano la relazione tra etica ed economia nel costruire la loro identità professionale e morale.

Ci tengo a sottolineare ancora una volta che il mio obbiettivo non è stato – e non è – quello di valutare l'autenticità dei discorsi degli imprenditori sociali, o tantomeno di stabilire il successo delle singole imprese; piuttosto mi interessa esplorare il modo in cui un soggetto imprenditorializzato e individualizzato, l'imprenditore di se stesso, può pensare di agire per il bene comune e assumersi la responsabilità per ciò che è *altro da sé*, operando in una società neoliberale e per mezzo di un business. È la pensabilità dell'apparente ossimoro impresa-sociale che trovo molto interessante. Credo che rappresenti un modo di sentire etico e agire politico dopo ciò che i post-operaisti chiamano la 'sussunzione reale', ossia la cooptazione, da parte del capitale e

11 Uso l'espressione "regime di verità" nel suo significato foucaultiano, ossia come l'insieme di discorsi che si considerano come veri all'interno di un determinato paragadigma. Ogni regime di verità implica un processo di soggettivazione poiché è proprio riconoscendo alcuni assunti come veri che l'individuo si costituisce come soggetto. Ogni regime di verità e sogettivazione è anche un regime di potere, poiché il potere per essere tale deve produrre verità. Per una breve spiegazione del concetto di regime di verità rimando al breve articolo in lingua inglese di Daniele Lorenzini, *What is a Regime of Truth,* che si può leggere on line al seguente indirizzo: http://www.fsw.uzh.ch/foucaultblog/featured/28/what-is-a-regime-of-truth. Si veda anche il testo in lingua originale di Foucault *La fonction politique de l'intellectuel*, in *Dits et écrits II,* 1976-1988, ed. D. Defert and F. Ewald, Paris, Gallimard, 2001, pp. 109-114. Foucault definisce il regime di verità anche in *Del governo dei viventi,* Feltrinelli, Milano, 2014.

delle sue logiche, di ogni istanza della vita personale.[12] Se i desideri etici e politici vengono sussunti nella logica del capitale, allora una delle poche vie a disposizione per esprimerli è in effetti l'impresa. L'aspetto critico è dunque la visione del mondo che l'impresa sociale produce e il carattere della soggettività social-imprenditoriale.

L'idea che vorrei suggerire è che in gioco ci sia l'articolazione di una soggettività politica, cioè di una soggettività che esprime specifiche forme di azione e discorso tese a modificare il modo in cui interpretiamo, organizziamo e trasformiamo la società. Mi riferisco qui all'accezione più ampia, si potrebbe dire "antropologica", di politica, propriamente definita da Michel Foucault come la dimensione che concerne 'l'analisi di ciò che vogliamo accettare nel nostro mondo – accettare, rifiutare, e cambiare, sia in noi stessi che nelle nostre circostanze'.[13]

Per iniziare prenderò in esame la genealogia della concezione di soggettività imprenditoriale, rintracciandola negli studi di sociologi, teorici politici e studiosi della cultura. Così facendo cercherò di mettere in luce il carattere ambiguo dell'impresa e del soggetto imprenditorializzato, e il loro rapporto con la governamentalità neoliberale. Nei capitoli successivi, cercherò di restituire il pensiero di imprenditori e imprenditrici sociali, o aspiranti tali, per individuarne le specificità. La tesi che proporrò è che il regime di verità dell'impresa sociale reintegra la dimensione etica nella condotta imprenditoriale ridefinendo la responsabilità sociale come necessità individuale, e i mezzi imprenditoriali come eticamente neutri. La forma di politica che ne emerge presenta un carattere a-sistemico e individualizzato.

Prima di entrare nel vivo del percorso, è opportuno dedicare qualche pagina per restituire un quadro degli attori e dei tratti salienti della scena d'impresa e innovazione sociale. La lettrice o il lettore già familiare con questi temi può passare direttamente al capitolo secondo.

---

12 'Sussunzione reale' è un termine Marxiano. Nelle *Grundrisse,* in particolare nel *Frammento sulle Macchine,* Marx prevede una fase del capitalismo in cui le macchine sono diventate l'attore principale nel ciclo di produzione. Di conseguenza, ad essere assoggettata al capitale sarà la natura stessa dell'essere umano. Tutto ciò che è umano dunque diventa di fatto sfruttabile. Toni Negri e altri autori post-operaisti hanno ripreso questo concetto, vedendovi una chiave per comprendere il lavoro immateriale nell'economia della conoscenza. Per approfondire si consiglia la lettura di un testo di Negri del 1979, *Marx oltre Marx,* Feltrinelli, Milano.

13 Michel Foucault, *Truth and Subjectivity* in *The politics of Truth*. Semiotext(e), Los Angeles, 2007. p. 152, [T.d.A].

I. Impresa e Innovazione Sociale: un fenomeno multiforme

Negli ultimi vent'anni impresa e innovazione sociale hanno attirato l'attenzione delle più disparate figure: politici, uomini d'affari, ricercatori, professionisti, membri della società civile, sembrano tutti avervi trovato elementi d'interesse e motivi di coinvolgimento.

I governi di vari paesi se ne sono occupati in diverse misure, l'esempio principe è il progetto del primo ministro inglese David Cameron, *The Big Society*[14], che pone l'impresa sociale al centro di una riforma del welfare; nel 2012 in Italia l'allora Ministro dello Sviluppo Economico Corrado Passera cercò di organizzare una *task force* per l'innovazione, nella speranza di rilanciare la piccola e media impresa nel nostro paese (speranza poi rivelatasi vana); infine l'Unione Europea attualmente finanzia diversi progetti di ricerca e sviluppo in quest'ambito, per esempio in senso al programma *Horizon2020*.[15]

Anche ricchi e influenti *businessmen* si sono interessati all'impresa sociale, e alcuni hanno aperto fondazioni per celebrarne e sostenerne le attività. L'esempio più famoso è probabilmente Jeff Skoll, brillante laureato a Stanford che lanciò Ebay, e che nel 1999 ha fondato la *Skoll Foundation*, ente dedicato a incubare e promuovere progetti d'impresa al fine di perseguire un cambiamento di scala globale[16]. Nel 2003 Skoll ha anche sovvenzionato

14 Per ulteriori informazioni sul programma *The Big Society* si può consultare il documento ufficiale del governo inglese disponibile all'indirizzo https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78979/building-big-society_0.pdf. Una semplice ricerca su Google offrirà ulteriori risultati, tra cui articoli del *Guardian* e dell'*Economist*.

15 Per maggiori informazioni sull'impegno della commissione europea nel promuovere impresa e innovazione sociale si può andare al seguente indirizzo: http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social/index_en.htm.

16 La Skoll foundation è stata fondata nel 1999 e da allora ha investito 499 milioni di dollari in tutto il mondo per promuovere e implementare iniziative di impresa sociale. Il lettore e la lettrice interessati possono consulare il sito http://www.skollfoundation.org/.

il primo centro accademico dedicato, in collaborazione con la *Said Business School* (Oxford University).

Successivamente molte università, su entrambe le sponde dell'Atlantico, hanno sviluppato programmi di studio relativi alla materia: per esempio Harvard, Yale, Duke e Columbia negli Stati Uniti; Goldsmiths e University of East London in Inghilterra; Bocconi, Cattolica e Università di Trento in Italia; e poi la Copenhagen Business School in Danimarca e la Université de Liège in Belgio. I corsi universitari sul tema, tra l'altro, stanno aumentando, e ciò fornisce ulteriore misura del crescente interesse del settore pubblico e privato, nonché di molti giovani, motivati a costruirsi una carriera come imprenditori sociali. In effetti sempre più persone si identificano in questa figura, o almeno ne condividono lo sguardo e il pensiero. A riprova di ciò, negli ultimi anni sono nate una serie di associazioni e organizzazioni volte a catalizzarne le energie.

Un esempio significativo è Impact Hub, un rete internazionale di coworking che aspira alla creazione di una comunità di imprenditori e innovatori sociali. Ad oggi ci sono 54 Impact Hub, presenti in sei continenti, per un totale di più di 7000 membri.[17] In Italia gli Impact Hub sono cresciuti esponenzialmente negli ultimi anni, e adesso sono presenti a Trieste, Rovereto, Milano, Bari, Siracusa, Roma e Firenze. Sembra dunque siano sempre di più le persone volenterose di incontrarsi per cambiare il mondo armate di *business plans*!

Il moltiplicarsi degli Impact Hub in Italia si può vedere come uno dei molti segni del recente boom di impresa e innovazione sociale nel nostro paese. Solo pochi anni fa, nel 2011, un amico e docente universitario mi disse con la sua consueta, cinica ironia: "se studi l'impresa sociale in Italia ti occupi di futurologia, non di sociologia!". Nonostante avesse sempre dimostrato un'acuta intuizione sociologica, quella volta si sbagliava di grosso: contrariamente alle sue previsioni da allora la scena italiana è cresciuta a dismisura e adesso si articola in un network multiforme: eventi, festival, workshops, co-workings, piattaforme on-line, consorzi, associazioni, incubatori, corsi universitari, sono tutti possibili luoghi in cui si parla e (a volte) si fa, innovazione sociale. Un esempio è il festival di RENA, che si proclama "delle comunità del cambiamento", e ospita dibattiti che spaziano dai *big data* ai beni collettivi, dagli artigiani digitali ai *bit-coin*, il tutto coronato da un immancabile

17 http://www.impacthub.net/.

cooking show.[18] Oppure il WIS, Workshop sull'impresa sociale – organizzato da IRIS network, un'associazione Italiana fondata nel 2006 – che ogni anno sulle sponde del lago di Garda organizza conferenze con studiosi di rilievo nel panorama italiano.[19] Inoltre l'impresa sociale è promossa e supportata tramite sempre più diffusi concorsi e piattaforme, una su tutte *cheFare*, che dal 2014 si occupa di finanziare progetti di innovazione e di fare ricerca e comunicazione.[20]

Frattanto che soldi ed energie di enti pubblici e privati sono spesi per finanziare, insegnare e comunicare attività di impresa e innovazione sociale, studiosi di economia e management si sono dedicati a meglio comprenderne caratteristiche e potenzialità. In Europa l'EMES, network fondato nel 1996 che coinvolge studiosi provenienti da quindici paesi, ha giocato un ruolo centrale nella produzione di ricerca sia teoretica che empirica.

Negli ultimi quindici anni si sono anche mossi i primi passi verso la fondazione della disciplina accademica *Social Entrepreneurship*, un ramo degli *Entrepreneurship Studies*, che a loro volta derivano dai *Managerial Studies*. Sono dunque nate alcune riviste specializzate, come per esempio *The Journal of Social Entrepreneurship* (Routledge Publishers) nel 2010, e l'*International Journal of Social Entrepreneurship* nel 2011 (Inderscience Publisher). Il dibattito accademico è vivace e controverso, come ci si aspetta da un campo appena istituito, e tuttavia sono molto pochi gli studi qualitativi che esplorano gli aspetti culturali della questione e articolano una visione critica. La maggior parte delle ricerche si focalizza infatti su questioni relative al posizionamento del settore 'impresa sociale' tra il pubblico e il privato, oppure su problematiche relative al management, o all'individuazione di indicatori misurabili per valutare pratiche esistenti,

---

18 RENA è una piattaforma il cui obbiettivo è aggregare la domanda e la spinta di cambiamento in Italia attraverso una serie progetti e eventi. Il Festival di RENA è stato inaugurato nel 2014 ed è promosso come 'Festival delle Comunità del Cambiamento' . Chi volesse saperne di più può visitare il sito http://www.progetto-rena.it/.

19 Il WIS, Workshop sull'Impresa Sociale, è organizzato Iris Network e si tiene ogni anno dal 2003 e ha l'obbiettivo di 'far emergere le migliori buone pratiche di innovazione sociale dell'imprenditoria sociale italiana, favorendo il confronto e lo scambio tra operatori sul campo ed altri attori pubblici e privati che intendono sostenere lo sviluppo di questo particolare ecosistema di imprese'. Per maggiori informazioni sulle attività di Iris network e sul WIS: http://irisnetwork.it/.

20 cheFare è una associazione culturale no-profit fondata nel 2014 da un gruppo di attivisti culturali. cheFare si occupa di innovazione sociale e culturale facendo informazione, ricerca, e comunicazione. Nel 2014 cheFare ha lanciato un bando per l'innovazione culturale mettendo in palio 100.000 euro per il finanziamento di un progetto. Oggi cheFare è anche una piattaforma editoriale on line, sul sito http://www.che-fare.com/ si possono leggere molti contributi che mirano a costruire una riflessione critica sui temi di impresa e innovazione sociale e culturali. Questo libro fa parte della prima collana di e-book edita da cheFare e Doppiozero.

o anche all'identificazione delle *best practices*, nella ricerca di un modello replicabile.[21]

Come già accennato, chi scrive si distacca dalle principali correnti, per proporre uno studio di impresa e innovazione sociale dal punto di vista culturale, e cioè in quanto campo che mobilita un serie di significati e articola una certa visione del mondo. La molteplicità degli attori e delle pratiche è quindi considerata non come un limite allo sviluppo della ricerca ma come un dato cruciale, in quanto mostra il potenziale simbolico dell'"impresa sociale", un nucleo eidetico che si attualizza in svariate forme. Un approccio siffatto permette, tra l'altro, di riconoscere le contraddizioni e le ambiguità come proprietà essenziali, anziché anomalie, e dunque di svolgere un'analisi che rifiuti i troppo comuni esiti di condanna senza appello o entusiasmo incondizionato che polarizzano il dibattito tra cosiddetti apocalittici e integrati.

21 Vedi note 4, 5, 6, 7, 8.

II. Genealogia di società e soggetto imprenditoriali

L'impresa sociale mi ha subito affascinato per il suo carattere ambiguo, controverso. La spinta a dedicarci anni di ricerca è scaturita da un'autentica *in*comprensione di come l'impresa, e cioè una forma dell'individualizzazione, potesse essere accostata al sociale, e cioè alla forma della collettività. Inoltre, nutrivo molti dubbi sulla reale possibilità di cambiare il mondo tramite l'impresa… Tali dubbi sono rimasti (e li articolerò a partire dai prossimo capitolo), ma il percorso per cui essa può essere *pensata* come modo del sociale, come modo di trasformare e costituire la società, mi è adesso più chiaro.

Un testo in particolare mi ha dato la chiave di lettura che cercavo, certo soltanto una delle molte possibili, ma quella che di fatto ho scelto. Si tratta de *La nascita della biopolitica* di Michel Foucault, libro che raccoglie una serie di lezioni tenutesi al Collège de France nel 1979. In esso Foucault fa un'analisi del regime di verità neoliberale e spiega che in esso l'impresa si configura come il dispositivo che dà forma a società e soggetto. Il punto massimo di espressione della governamentalità neoliberale, scrive il filosofo francese, è infatti proprio quello di rendere i 'suoi stessi servizi impresa' e i cittadini imprenditori di se stessi. Queste frasi, scritte più di trent'anni fa, mi parvero profetiche. In effetti gli imprenditori sociali possono essere visti come imprenditori di se stessi che cercano di fornire servizi, andando a colmare una lacuna nell'operato dello stato. Foucault spiega che questo tipo di soggetto e operato corrispondono al disegno di governamentalità neoliberale, che cerca di realizzare una società affine alle esigenze del mercato. E solo una società il cui principio propulsore è l'impresa può produrre le condizioni di esistenza del mercato neoliberale:

> La società regolata in base al mercato a cui pensano i neoliberali è una società in cui a dover costruire il principio regolatore non è lo scambio delle merci ma sono i meccanismi della concorrenza. […] Non una società di supermercato ma una società d'impresa. […] Si tratta … di costruire una trama sociale in cui le unità base dovrebbero avere la forma dell'impresa. […] Si tratta di fare del mercato, della concorrenza, e quindi dell'impresa, quella che si può chiamare la potenza che dà forma alla società.[22]

In questa visione, l'impresa è ciò che permette all'economia politica di organizzare la società così da produrre le condizioni affinché il mercato si sviluppi. Infatti, la governamentalità neoliberale, al contrario di quanto avviene nel liberalismo classico, ha come scopo principe non quello di lasciare uno spazio vuoto e aperto in cui la dinamica del mercato possa naturalmente dispiegarsi, non è insomma il *laissez-faire,* bensì mira a esercitare delle politiche sociali che rispondano e si integrino alle esigenze del mercato. La società è dunque qualcosa che si deve *produrre* per servire l'economia.

Questo cambiamento nel rapporto tra politiche sociali e economiche si deve a una diversa visione del mercato e delle sue dinamiche. Infatti, se nel liberalismo classico esso era visto come governato da un meccanismo naturale di domanda e offerta, per i neoliberalisti si regge invece sulla concorrenza, sulla competizione, che non è un 'dato primitivo e naturale', bensì una 'struttura formale' che ha bisogno di certe condizioni per funzionare.[23] Foucault nota che il principio propulsore della competizione è la diseguaglianza, per cui la politica sociale, se vuole favorire il mercato, deve volgere alla produzione di condizioni di diseguaglianza. Si tratta d'intervenire non solo nel mercato in sé, ma anche e soprattutto nella società, per renderla affine e strumentale alla crescita economica. In questo senso le politiche sociali non servono più a bilanciare gli effetti del mercato, ma anzi a nutrirne il motore. Un mercato imprenditoriale ha bisogno di una 'società di impresa' per funzionare e l'impresa si basa sulla concorrenza, quest'ultima a sua volta ha bisogno di individui che competano, ne consegue che la 'condotta della condotta' di ciascuno diventa obbiettivo cruciale del governo. Un certo tipo di mercato si regge su un certo tipo di soggetto e di comportamento. L'elemento umano,

---

22 Michel Foucault, *La nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-1979),* Feltrinelli, Milano, 2005. p. 129.

23 Foucault, *ibid.* p. 115.

ridotto a un attore razionale prevedibile dagli economisti classici, diventa nel neoliberalismo un fattore fondamentale. Lo sviluppo di una certa soggettività, disposta al rischio e capace di attuare la 'distruzione creativa'[24] tipica dell'impresa, è parte integrante del progetto neoliberale, che si costituisce così anche come progetto esistenziale, nel senso che riguarda la visione stessa dell'esistenza della persona, del suo scopo e valore.

Foucault sostiene che la soggettività tipica del neliberalismo è rappresentata dall'imprenditore di se stesso: un individuo che concepisce le proprie volizioni e capacità come una forma di capitale da investire in vista di un ritorno economico. Ne *La nascita della biopolitica* egli ne traccia la genealogia attraverso l'analisi del concetto di capitale umano, sviluppato principalmente da Theodore Schultz e Gary Becker intorno agli anni settanta del ventesimo secolo. In esso, il filosofo vede l'espressione completa del neoliberalismo, un neoliberalismo che da tecnica di governo si fa pensiero e immaginazione: visione del mondo e della vita.

La nozione di capitale umano si snoda intorno a una ridefinizione del lavoro. Il neoliberalismo infatti – osserva Foucault – si distingue sia dalla teoria economica classica che dal realismo marxista in quanto pensa il lavoro come un'attività, e il lavoratore come soggetto economico attivo. Il lavoro dunque non viene teorizzato in termini di quantità e prezzo, e nemmeno per la posizione che occupa tra capitale e produzione, piuttosto si insiste sul significato che esso, in quanto *attività*, ha per i lavoratori. Cos'è dunque il lavoro per il lavoratore e la lavoratrice? È un'attività che si compie per ottenere un salario che, dal suo punto di vista, è un reddito. Il reddito, a sua volta, è visto come il rendimento di un capitale. Dunque, in questa prospettiva, il lavoro è l'attività perseguita da un soggetto che investe del capitale per ottenerne un rendimento. Ma qual è il capitale che lavoratrici e lavoratori investono? È appunto il capitale umano, e cioè tutta la serie di competenze, abilità, volontà, che fanno sì che un certo individuo possa e voglia compiere un certo lavoro. È una forma di capitale poiché produce un ritorno economico, ed è umano poiché è indivisibile dalla persona che lo possiede. Si articola qui la svolta paradigmatica per cui soggetto e lavoro vengono fatti coincidere grazie

24 L'espressione 'Distruzione Creativa' in riferimento all'attività dell'imprenditore si deve a Joseph Schumpeter, economista austro-americano e uno dei primi ad aver teorizzato il ruolo dell'impresa nell'economia. Si veda il suo celebre testo, pubblicato nel 1934, *Teoria dello sviluppo economico,* Sansoni, Firenze 1977.

all'eliminazione teorica dello spazio di alienazione. Il neoliberalismo in questo senso (e certo non solo in questo) ribalta la teoria marxista, nella misura in cui il lavoro anziché essere un dispositivo di straniamento che riduce la soggettività dei lavoratori a una variabile astratta in un calcolo economico, diventa il mezzo attraverso cui l'individuo è chiamato (obbligato?) a esprimersi, a attualizzarsi. Questo modo di decifrare il lavoro necessariamente implica una riconcettualizzazione della soggettività di donne e uomini che lavorano, poiché si chiede loro di pensarsi come possessori di una serie di attributi e risorse che devono poi essere gestiti in modo tale da produrre un reddito. Il soggetto che lavora si configura quindi come 'una sorta di impresa in sé',[25] l'*homo oeconomicus* del neoliberalismo non è dunque il partner dello scambio, come nella concezione classica, bensì l'imprenditore di se stesso che 'in quanto tale è il proprio capitale, il produttore di sé e la fonte dei [propri] redditi'.[26]

Per tale soggetto, la traduzione di se stesso come business si origina spontaneamente dalla concezione della propria identità. Si può scorgere qui la capacità dell'impresa di tradurre in termini economici tutto un ambito precedentemente considerato come *non* economico, e cioè l'insieme delle qualità, dei desideri e delle volizioni della persona. L'impresa agisce come un Giano bifronte, come una specie di schema kantiano, che ridefinisce nei termini dell'economia le sfera identitaria del soggetto. Attraverso questo processo il sé si riconfigura come insieme di risorse da investire, e il lavoro come un dispositivo di espressione e autorealizzazione di tali risorse. L'imprenditore di se stesso è dunque un soggetto per il quale il business deriva e si origina direttamente dal proprio essere, un soggetto per il quale competizione, rischio, incertezza, investimento e profitto non solo solamente categorie economiche ma anche esistenziali. Nella soggettività imprenditorializzata *res oeconomica* e *res existentialis* coincidono in una forma di estremo riduzionismo economico.

Ed è proprio sulle conseguenze di questo riduzionismo – che consente di 'interpretare, in termini unicamente e esclusivamente economici, un intero ambito che … di fatto veniva considerato come non economico'[27] – su cui si concentrano ricercatori e intellettuali foucaultiani (e non solo). Ne emerge una concezione della soggettività imprenditorializzata come necessariamente

25 Michel Foucault, *La nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-1979)*, Feltrinelli, Milano, 2005. p. 186.

26 *Ibid*, p. 186.

27 *Ibid*, p. 180.

avulsa a qualsiasi forma di solidarietà sociale. Difatti la traduzione in termini economici che la contraddistingue fa sì che ogni obbiettivo che esuli l'accumulo del profitto individuale sia naturalmente scartato o addirittura impensabile.

Andrew Dilts, in un articolo pubblicato su *Foucault Studies,* descrive l'imprenditore di se stesso come un individuo che 'persegue il suo interesse privato' e che 'deve essere lasciato solo a perseguire questo interesse'.[28] Mentre Jacques Donzelot, celebre storico e sociologo, nota che 'l'homo oeconomicus-imprenditore … in quanto imprenditore di se stesso, ha soltanto competitori'.[29] Costretto e collassato nell'interpretazione economica del suo stesso essere, l'imprenditore di se stesso non può quindi essere altro che un soggetto atomizzato, che rifiuta di sottoscrivere qualsiasi contratto sociale, perché ciò che gli o le importa è solo il suo benessere materiale. Seguendo questa linea di pensiero, Lois McNay conclude che 'l'orchestrazione dell'esistenza individuale come impresa, atomizza la nostra concezione delle relazioni sociali, erodendo valori collettivi e legami intersoggettivi di dovere e cura a tutti i livelli della società'.[30]

In effetti, negli ultimi trent'anni, la retorica dell'impresa è servita soprattutto alla produzione di una forza lavoro autonoma e precaria, incline a farsi sfruttare in cambio delle promesse di realizzazione e successo, e del piacere di fare un lavoro creativo, espressivo. Questo si è visto soprattutto nelle industrie culturali, in cui il lavoro casualizzato e freelance è diventata la norma, e in cui l'assenza di qualsiasi forma associativa, come per esempio i sindacati, ha portato di fatto a una netta depoliticizzazione del lavoro e dei lavoratori.[31] Valori come solidarietà e giustizia sociale sono dunque stati rimpiazzati dall'ideale tanto incoraggiante quanto ansiogeno del talento e della realizzazione individuale, in uno scenario in cui pochi vincitori si prendono tutto.

---

28 Andrew Dilts, *From 'Entrepreneur of the Self' to 'Care of the Self': Neo-liberal governmentality and Foucault's Ethics,* in *Foucault Studies,* 12:130-146, 2011. p. 131.

29 Jacques Donzelot, *Pleasure at Work,* in Graham Butchell, Colin Gordon e Peter Miller (a cura di) *The Foucault Effect: Studies in Governmentality,* University of Chicago Press, Chicago, 2008. p. 129-130.

30 Lois McNay, *Self as Enterprise Dilemmas of Control and Resistance in Foucault's The Birth of Biopolitics,* in *Theory Culture and Society,* 26: 55-67, 2009. p. 65.

31 Su questo tema si veda, per esempio: Nicholas Rose, *Powers of freedom: Reframing Political Thought.* Cambridge University Preess, Cambridge (UK), 1999; Angela McRobbie, *Clubs to Companie: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded up Creative worlds,* in *Cultural Studies* 16(4): 518-531, 2002; Andrew ross, *The New Geography of Work: Power to the Precarious?* In *Theory Culture and Society,* 25(7-8): 31-49. 2008; Rosalind Gill e Andy Pratt, *In the Social Factory? Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work,* in *Theory Culture and Society* 25(7-8): 1-30, 2008.

La figura dell'imprenditore sociale complica questo quadro poiché unisce, almeno a livello discorsivo, impresa e società, facendo della prima uno strumento per migliorare la seconda. Quindi da una parte replica alcuni tratti salienti della soggettività descritta da Foucault, specialmente in quanto percepisce una certa continuità tra il business e i propri ideali, mentre dall'altra se ne distacca nettamente poiché afferma la volontà di agire per gli altri. Questa ambivalenza a mio avviso definisce la posizione dell'impresa sociale in relazione al neoliberalismo, ed è dunque a partire da ciò che ho condotto la mia ricerca.

Ovviamente dal punto di vista della teoria critica quel che ho definito ambivalenza può sembrare non altro che un ossimoro. D'altrocanto studiosi, simpatizzanti e professionisti dell'impresa sociale non esitano a promuoverla come tecnica onnicomprensiva che può finalmente risolvere i più urgenti problemi del mondo contemporaneo. Alex Nicholls, affermato autore e docente allo *Skoll Centre for Social Entrepreneurship* (Oxford University), afferma con enfasi che 'la nostra miglior speranza per il futuro dell'umanità deve riporsi nel potere e nell'efficacia d'individui socialmente motivati a combattere per cambiare il modo in cui viviamo, pensiamo e ci comportiamo' – e aggiunge: 'queste quattro frasi definiscono perfettamente la natura dell'impresa sociale'.[32]

Si potrebbe interpretare questo tipo di discorsi come meramente ideologici, in quanto sembrano esprimente un'ulteriore evoluzione del processo di sussunzione della sfera sociale in quella economica. Secondo questa linea di pensiero si potrebbe anche affermare che l'impresa sociale, in ultima analisi, rappresenti non altro che un'etichetta di marketing per *glamourizzare* un processo di privatizzazione del welfare, che in pratica porta i cittadini ad assumersi responsabilità precedentemente considerate dello stato. In questo senso essa rifletterebbe il punto estremo della tendenza delle società neoliberali individuata da Ulrich Beck, e cioè quella di portare gli individui a cercare soluzioni individuali per problemi sistemici.[33]

Tuttavia, anche se le cose stessero esattamente così, saremo comunque di fronte a un fenomeno che vede il tentativo da parte di un soggetto neoliberale, individualizzato e imprenditorializzato, di reintegrare una dimensione

32 Alex Nicholls, (a cura di) *Social Entrepreneeurship: New Mdoels of Sustainable Social Change.* Oxford University Press, Oxford, 2006, p. 1.

33 Ulrich Beck, *La società globale del rischio,* Asterios, Trieste, 2001.

etica. Mi riferisco qui al significato generale di etica, che prescinde dalle singole dottrine per identificarsi con il concetto di responsabilità verso l'altro da sé. Secondo quest'ampia accezione un individuo abbraccia una dimensione etica se pondera le sue scelte in relazione a qualcosa e qualcuno che eccede i limiti della sfera individuale e privata, seguendo il principio di una reciprocità non utilitarista. Una simile trattazione del sentimento etico la si trova specialmente in Levinas e Paul Ricoeur. Quest'ultimo, in *Sé come un altro* scrive che l'unità narrativa di una vita etica è costituita dai momenti in cui si è capaci di rispondere fedelmente e significativamente dell'altro da sé. Ciò che caratterizza la dimensione etica è il 'tendere alla vita buona con e per gli altri all'interno di istituzioni giuste'.[34] Sentire e agire etico nascono dunque in relazione all'altro, radicandosi in una concezione del sé come sempre in relazione all'altro.

Nel prossimo capitolo cercherò di spiegare che la narrazione tipica della soggettività imprenditorial-sociale si snoda appunto intorno ai momenti di successo e fallimento nel rispondere dell'altro da sé. Gli imprenditori sociali affermano infatti di essere mossi dal desiderio di agire per gli altri, di migliorarne le condizioni di vita. Liquidare la questione come l'ennesima forma di cooptazione del capitale sarebbe frutto di uno sguardo parziale, oltreché scontato. Ovviamente gli imprenditori sociali, così come chi scrive e chi legge queste pagine, sono soggetti neoliberali, poiché esistono in siffatto sistema. È proprio a partire dal riconoscimento della genealogia prettamente neoliberale che questa analisi prende le mosse. In altre parole, la forma neoliberale della soggettività di imprenditori e imprenditrici sociali è il punto di partenza, e non di arrivo, della nostra riflessione. Ed è il punto di partenza nella misura in cui la domanda interessante diventa: come può un soggetto pienamente neoliberale, dunque individualizzato e competitivo, reintegrare una dimensione *sociale,* e cioè trascendere nelle azioni e nei discorsi la dimensione dell'interesse privato in cui l'imprenditore di se stesso *tout-court* è costretto?

34 Paul Ricoeur, *Sé come un altro*, Jaca Books, Milano, 1993.

III. Cambiare il mondo? Una questione privata

"Avevo un lavoro piuttosto buono, guadagnavo tanto… ero CEO di una banca, figurati! Però capisci, non stavo facendo nulla per migliorare il mondo, nulla che rispondesse ai miei ideali… Questo non mi faceva stare bene per niente." Sara e io beviamo un caffè in un bar di Soho, dopo pranzo. Abbiamo appena partecipato a una tavola rotonda sull'innovazione sociale presso un'importante organizzazione con sede a Londra. Sara è una donna energica, lo sguardo severo e sognante. Indossa vestiti colorati che sembrano esser stati scelti attentamente tra i banchi dei mercati rionali. Ho sempre invidiato chi riesce in queste imprese. Io sono sempre stata negata. Sara sta riuscendo anche in ben altra impresa: un'impresa sociale. Le chiedo perché non stava bene quando lavorava in banca, di cosa sentiva il bisogno: "Volevo fare qualcosa che innovasse, qualcosa che potesse cambiare il comportamento delle persone". Ascoltando questa necessità si è licenziata in tronco ed è partita per l'Asia, dove ha fatto un anno di volontariato. Poi è voluta tornare in Italia e cercare di "cambiare le cose" nel suo paese. "Per questo sono diventata un'imprenditrice sociale!" – esclama – "E sai cosa?" – aggiunge con un sorriso e un'alzata di sopracciglia – "ho iniziato da due anni e ancora non mi sono pagata nemmeno uno stipendio, ho investito tutti i soldi che avevo messo da parte, la mia vita è cambiata completamente!". Sara ha la voce morbida, con un fondo di raucedine, sembra stanca e contenta. Guardandomi dritta negli occhi dichiara: "Prima vivevo da ricca, ora no. Quando vedo gli ex colleghi della banca mi chiedono: dov'è la tua collana di perle? Mi dimentico di metterla, la collana di perle… Sto facendo qualcosa di buono per il mondo, che me ne frega delle perle?". La domanda di Sara è formulata in modo da non richiedere risposta. È piuttosto un'affermazione. Al lusso, al feticismo delle

merci rappresentato dalle pietre preziose, massimo simbolo di una borghesia in ascesa, si contrappone la responsabilità sociale. La soddisfazione materiale ed economica è raccontata come effimera rispetto all'appagamento che porta il fare qualcosa per gli altri, l'assumersi la responsabilità delle circostanze in cui viviamo.

Noemi ha una storia simile, e me la racconta mentre mangia tartine e beve un prosecco da un bicchiere di plastica. Abbiamo appena assistito a una conferenza sull'impresa sociale, il rinfresco è egualmente anelato e scadente. Siamo nel nord dell'Italia e l'aria è fresca sebbene sia solo inizio settembre. "Ho lavorato per una compagnia di consulenza per cinque anni. Mi pagavano bene, molto bene. Quindi, voglio dire… non mi mancava niente, materialmente dico." Noemi mastica e mi guarda cercando approvazione, io approvo. "Però il problema" – continua dopo essersi assicurata che io fossi un'interlocutrice attenta – "è che non stavo facendo nulla in cui credessi davvero… Questo mi deprimeva… cioè… non ero me stessa… Per cui a un certo punto ho smesso e adesso sto lavorando a un progetto di innovazione sociale. Non ci guadagno nulla per ora, zero." Azzardo una domanda semplice: "Perché lo fai se non guadagni nulla?". Noemi risponde in maniera altrettanto semplice: "Oh, sarò anche ingenua, ma io non lo faccio per guadagnare, ma per cambiare il mondo!".

Molti aspiranti imprenditori sociali come Sara e Noemi hanno rinunciato a lavori più stabili e meglio remunerati per imbarcarsi in un progetto imprenditoriale atto a incidere positivamente sulla società. Si avventurano nei campi più disparati: c'è chi si occupa di rigenerazione urbana, come Giulia, che raccoglie le tradizioni culinarie delle famiglie di un quartiere periferico, e poi organizza delle cene per scambiarsi consigli. Attraverso il cibo, dice, crea delle "storie e delle basi per vivere insieme". C'è Giovanni, che è architetto, e con un gruppo di amici sta lavorando alla catalogazione di tutti gli spazi inutilizzati della sua città, il passo successivo sarà restituirli ai cittadini. C'è Lorenzo, che vuole promuovere il concetto di impresa sociale in Italia, e organizza degli workshop educativi per sensibilizzare i giovani. Quasi tutti lo fanno con l'idea di "cambiare le cose", o addirittura "il mondo"!

La portata etica dei discorsi di imprenditori e innovatori sociali è evidente, per quanto poi i contenuti restino vaghi. "Cambiare il mondo" infatti è un'espressione tanto enfatica quanto generica, ma di certo significa la volontà di agire non solo in vista di un ritorno economico privato, bensì per operare

una trasformazione che coinvolga tante più persone possibile. Cambiare il mondo può voler dire moltissime cose ma sicuramente vuol dire occuparsi – o credere di occuparsi – dell'altro da sé.

Eppure, nell'impresa sociale, in gioco pare esserci una particolare forma di etica, un'etica individualizzata, in cui *agire per l'altro diventa una questione privata*, la questione dell'espressione del sé. Nei discorsi degli imprenditori sociali l'azione per il bene comune si articola nella proiezione dei propri valori personali sul mondo, originandosi dal desiderio primario di "essere se stessi", di vivere secondo i "propri ideali". Tale desiderio, laddove non realizzato, causa depressione, una condizione emotiva psicologica e individuale prima che morale e sociale: si soffre per la propria situazione e non a causa dell'empatia con coloro i quali soffrono delle circostanze che avremmo voluto modificare. Il punto dunque è che il discorso etico si costruisce in relazione al benessere e all'autorealizzazione del singolo, etica diventa attualizzazione di un sé virtuoso, ambizione personale che si misura in termini di successo e fallimento del percorso di espressione delle proprie qualità. Il successo è la felicità derivante dalla percezione di poter "cambiare le cose", e il fallimento è la depressione, il ritirarsi dalle cose che non si possono cambiare, soffrendo per la propria incapacità di esprimersi come attori e fautori di tale auspicato cambiamento.

L'apparente contraddizione tra la spinta all'individualizzazione della soggettività imprenditoriale e la dichiarazioni di intenti dell'impresa sociale si risolve così reintegrando la capacità di intuire il bene comune entro facoltà prettamente individuali. La responsabilità verso gli altri in quest'accezione prescinde dalla rinuncia ai propri interessi in virtù di un interesse collettivo più grande. Al contrario: è proprio quest'ultimo a essere incluso negli interessi privati, e così riabilitato e reso pensabile e possibile per la soggettività individualizzata.

Il sociologo Zygmunt Bauman ha riflettuto a lungo sulle conseguenze dell'individualizzazione, in uno dei suoi saggi, *Individualmente insieme*, afferma che essa esclude necessariamente impegno politico e responsabilità sociale:

> L'individuo tende a essere tiepido, scettico o diffidente nei confronti del 'bene comune', della 'società buona' o della 'società giusta'. Che cosa significa interessi comuni se non lasciare che ogni individuo soddisfi i propri? Qualsiasi altra cosa

> gli individui possano fare come collettività fa presagire dei vincoli alla loro libertà di perseguire ciò che essi reputano conveniente per sé, e in ogni caso non favorirà questa ricerca.[35]

La soggettività imprenditorial-sociale mostra come il progetto di libera autoaffermazione del sé che coincide con il processo di individualizzazione possa reintegrare il bene comune nei propri fini a patto che esso venga ridefinito come parte dell'espressione dell'individualità. Agire per la collettività, nel discorso degli imprenditori sociali, è concettualizzato come qualcosa di conveniente per se stessi, come *espressione* di se stessi. Si potrebbe affermare dunque che se da una parte l'impresa sociale propone un'azione il cui obbiettivo è il bene comune, il carattere e l'origine di tale azione resta confinato nei limiti della sfera individuale e privata.

Se cambiare il mondo diventa una questione privata, allora l'impresa sociale assume il carattere di un movimento identitario, nel senso che aspira a creare un certo modo di essere e di comportarsi. Quindi, impresa sociale è anche una tecnica del sé, e cioè una tecnica per interpretare e costruire la propria identità. D'altronde abbiamo visto come la figura dell'imprenditore di se stesso nel neoliberalismo si costruisca a partire da una relazione identitaria con il proprio lavoro, che diventa traduzione della personalità. In quest'ottica *l'impresa sociale può essere vista come un processo di soggettivazione in cui gli individui mirano a sviluppare la capacità di attualizzare i propri valori etici per mezzo di un business in un modo percepito come autentico e soddisfacente.*

Ne consegue che l'anelato cambiamento dovrà realizzarsi tramite la diffusione di una certa soggettività, che spesso viene indicata con il termine *changemaker*. Bill Drayton, fondatore di Ashoka, la più grande associazione che supporta imprenditori sociali in tutto il mondo, lo esprime chiaramente asserendo che se tutti fossero degli imprenditori sociali, o *changemakers*, allora ci sarebbero più soluzioni che problemi.[36] In questa prospettiva il cambiamento globale dipende dai cambiamenti di soggettività individuali, che dovrebbero essere ispirati dall'esempio degli altri. In una specie di viralità o osmosi ogni cittadino dovrebbe diventare un imprenditore sociale. Se ognuno si occupasse dei problemi che esperisce allora si arriverebbe a una soluzione completa. Se

35 Zygmunt Bauman, *Individualmente insieme,* La Ginestra, Parma, 2008. Kindle edition (pos 461).

36 Bill Drayton, *Everyone is a Changemaker. Social Entrepreneurship Ultimate Goal.* MIT press: Cambridge, MA, 2006.

l'azione per il bene comune dipende dall'individuo, allora è questa tipologia individuo che deve potersi "moltiplicare". Siffatta nozione di bene comune è collassata nei limiti e nelle potenzialità dei singoli individui e pertanto riflette sia la propria origine neoliberale – poiché appunto incastonata nell'irriducibilità del singolo – sia il tentativo di un suo superamento – in quanto riabilita il pensare e l'agire per gli altri, in vista di una 'società giusta'.

Quest'idea di azione pubblica che si articola nell'espressione di virtù individuali risuona col concetto di azione politica teorizzato da Hannah Arendt. Secondo la Arendt infatti azione e discorso politici non si originano dalla convergenza dei molti in un Uno, ossia dalla sottomissione a qualche forma di *volonté générale*; piuttosto sono generati dal rivelarsi dell'identità virtuosa dei singoli. Azione e discorso politico coinvolgono il manifestarsi dell'unicità dell'individuo, del suo carattere virtuoso. Individualità e pluralità sono quindi condizioni essenziali del politico, che di conseguenza assume connotazioni ben diverse da quelle implicite nell'ideale socialdemocratico di una volontà collettiva. Arendt stessa dichiara che si tratta di un tipo di azione politica di tipo 'individualistico' poiché 'esalta l'impulso all'autorivelazione a detrimento di tutti gli altri fattori';[37] e coerentemente teorizza una sfera pubblica in cui invece di delegare a istituzioni e partiti, i cittadini possano partecipare direttamente, in una pluralità di spazi di deliberazione che devono essere costantemente ricreati.

L'antropologia dell'azione politica proposta da Arendt può offrire un punto di riferimento per cogliere le potenzialità del movimento di impresa sociale oltre l'ideologia del neoliberalismo. Esso infatti si potrebbe pensare come radicato su un regime di verità che vuole che ciascuno si impegni attivamente nella costruzione di una personalità virtuosa per agire nella sfera pubblica e per il bene comune. Tuttavia, a differenza di quanto immaginato dalla pensatrice tedesca, tale azione si articola attraverso l'impresa e cioè tramite un'attività autonomamente perseguita, che funziona all'interno di un mercato competitivo, e che richiede l'accumulo del profitto. Il carattere ambiguo nonché la cifra distintiva dell'impresa sociale sta appunto nella reciproca riterritorializzazione di etica e economia. Nel prossimo capitolo esplorerò questa dinamica analizzando il ruolo che l'imprenditorialità assume dal momento in cui si intreccia a un discorso etico.

37 Hannah Arendt, [1958] *Vita activa. La condizione umana,* Bompiani, Milano 1991, p. 200.

IV. La neutralità dei mezzi

Il fatto che economia ed etica possano coesistere non è nuovo di per sé. Lo stesso Adam Smith, padre del liberalismo, ha dedicato un'intera opera alla teoria della morale, che inizia proprio così:

> Per quanto egoista si possa ritenere l'uomo, sono chiaramente presenti nella sua natura alcuni principi che lo rendeono partecipe delle fortune altrui, e che rendono per lui necessaria l'altrui felicità, nonostante da essa egli non ottenga altro che il piacere di contemplarla.[38]

Come sostiene il celebre economista Amartia Sen, sebbene la nozione Smithiana di interesse personale sia stata in assoluto la più discussa, il pensatore scozzese aveva considerato anche il ruolo e il valore di altro genere di motivazioni nella condotta economica e nel comportamento degli esseri umani:

> Smith è erroneamente interpretato come una persona secondo cui la gente è soprattutto attenta al proprio interesse. Ma in realtà egli non assunse una tale posizione; egli non pensò che la gente è soprattutto attenta al proprio interesse né che un'attenzione rivolta esclusivamente al proprio interesse sarebbe accettabile. Secondo Smith in molti casi l'attenzione rivolta esclusivamente al proprio interesse funziona benissimo; ad esempio nell'ambito dello scambio. Ma secondo Smith quando si considera la vita in società, la reciproca cooperazione nella produzione, fare il proprio dovere in un'attività congiunta – sia essa produzione economica o vita civica – allora

38 Adam Smith [1759], *Teoria dei sentimenti morali,* Milano: BUR, 1995, p.81.

sono necessarie altre motivazioni: la simpatia, la generosità, lo spirito pubblico. [39]

La particolarità dell'impresa sociale, tuttavia, è che essa non solo prevede che motivazioni di tipo etico bilancino, limitino o magari guidino l'attività economica, ma considera quest'ultima come la strada maestra attraverso cui realizzare e esprimere sentimenti etici. La virtù dunque non risulta né dalla mano invisibile del mercato, e cioè dal perseguimento del proprio interesse, né dal porre una misura, un confine, ad esso, piuttosto si fa il materiale stesso dell'azione economica. L'impresa sociale concepisce il business come qualcosa che può originarsi dalle aspirazioni virtuose, e che può catalizzarle e realizzarle. Così come le idee, il talento e le passioni, sono stati riconosciuti come il motore dell'industria creativa e culturale, tanto da indurre alcuni studiosi a parlare di lavoro affettivo, passionale e cognitivo,[40] nel caso dell'impresa sociale sono le virtù etiche a dare corpo all'economia. *Si tratta insomma di un'economia delle virtù, sia perché le virtù diventano capitale da investire, sia perché l'economia mira al raggiungimento di obbiettivi virtuosi*. In gioco quindi non ci sono semplicemente attori economici eticamente responsabili, ma individui che tramite l'economia realizzano la propria natura etica. Affinché ciò possa essere pensabile l'antitesi tra profitto e sentire etico deve essere eliminata, il primo deve venire riterritorializzato all'interno di un sistema virtuoso in una sostanziale reciprocità tra etica e economia.

Secondo Max Weber, la profonda correlazione tra obbiettivi morali e materiali è all'origine del capitalismo stesso. Nel suo capolavoro del 1905, *Etica*

39 Il brano è tratto da un'intervista ad Amartia Sen pubblicata nell'enciclopedia Multimediale delle Scienze Filosofiche (Rai Educational). La si può leggere per intero alla pagiina: http://www.emsf.rai.it/scripts/interviste.asp?d=447.

40 Studiosi di diversa appartenenza hanno esplorato il significato e il valore del lavoro nella cosidetta *new* o *knowledge economy*, ossia dopo il passaggio dal fordismo al post-fordismo. Per un approccio Foucaultiano si veda per sempio Jacques Donzelot, *Pleasure at Work,* in Graham Butchell, Colin Gordon e Peter Miller (a cura di) *The Foucault Effect: Studies in Governmentality,* University of Chicago Press, Chicago, 2008. p. 129-130. Intellettuali e attivisti post-operaisti hanno dedicato al tema numerosi studi, si veda per esempio Franco Berardi *La fabbrica dell'infelicità: new economy e movimento del cognitariato,* Derive e Approdi, Roma, 2001; Franco Berardi *The Soul at Work,* Semiotexte, New York, 2009; Paolo Virno, *La grammatica della moltitudine,* Derive e Approdi, Roma, 2003; Maurizio Lazzarato, *Lavoro immateriale. Forme di vita e produzione di soggettività,* Ombre Corte, Verone, 1997. Studiosi della cultura, soprattutto provenienti dai *Cultural Studies* (disciplina accademica fondata in Inghilterra negli anni 50, 60 e 70) hanno condotto numerosi studi empirici per indagare le forme del lavoro creativo e culturale, si veda per esempio Angela McRobbie *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* Routledge, London, 1998; Andrew Ross, *No Collar: The Humane Workplace and its Hidden Costs,* Temple University Press, Philadelphia, 2004. Per una ricerca empirica sulla scena italiana suggerisco l'articolo di Adam Arvidsson, Giannino Malossi e Serpica Naro, *Lavoro che passione! Le condizioni di lavoro nella moda italiana.* Si può scaricare il pdf all'indirizzo: http://www.alfabeta2.it/wp-content/uploads/2010/09/LAVORO_CHE_PASSIO_ITA_final.pdf.

protestante e spirito del capitalismo, egli afferma che il ruolo principe assunto dal lavoro nella società capitalista si sviluppa a partire dall'etica protestante, in particolare calvinista, che vede nei successi terreni l'indizio della vocazione celeste. Si instaura così una diretta corrispondenza tra lavoro e vocazione (che in tedesco hanno lo stesso significante: *beruf*), per cui l'accumulo di ricchezza personale non è in antitesi con l'aspirazione morale, come nel pensiero cattolico, ma anzi ne diventa cartina tornasole. Questo obbiettivo estrinseco all'accumulo del profitto – la vocazione celeste – si perde poi nel corso degli anni, cosicché il lavoro non è più pensato come un mezzo volto a un fine bensì come un fine in sé. È così che, afferma Weber, quello che per i protestanti era un 'lieve mantello', diventa nel capitalismo moderno una 'gabbia d'acciaio'.[41]

In un certo senso si può pensare al regime di verità dell'impresa sociale come a un paradigma etico-economico che riabilita lo scopo morale del profitto, facendo del lavoro non più un fine in sé ma di nuovo un mezzo per raggiungere obbiettivi etici e per provare la propria virtù. Tuttavia non si tratta più di aspirazioni trascendenti ma di ambizioni terrene. L'imprenditore sociale vuole cambiare ciò che lo circonda e rivelare il suo carattere di leader virtuoso *nel* mondo, e decide di farlo tramite il lavoro, che di nuovo diventa vocazione, in questo caso politica anziché religiosa. Infatti "cambiare il mondo" è per gli imprenditori sociali un lavoro a tempo pieno. Durante un'intervista Roberto, aspirante *changemaker,* disse: "Io sto investendo tutto quello che ho… non sto facendo altro… Non si può cambiare il mondo part-time!".

L'economia delle virtù articolata nel regime di verità dell'impresa sociale ridefinisce quindi il profitto come mezzo, e lo concepisce come strumentale al perseguimento di obbiettivi etici. Quest'opera di ridefinizione è uno dei tratti salienti di impresa e innovazione sociale. Ne è ben consapevole Amber, una donna di circa quarant'anni a capo di un'importante organizzazione inglese:

> Una delle cose più difficili da spiegare alle persone, a chi vuole capire cos'è l'impresa sociale è la loro visione del profitto. Tendono a pensare che se fai profitto allora non puoi fare del bene. Ma in realtà le cose funzionano all'opposto… Per esempio ieri a una conferenza ho incontrato questa donna molto carina, che guida un'impresa sociale abbastanza famosa. L'ha presa in gestione un anno fa, e non avevano un soldo, ma nonostante questo ha continuato a investire in progetti per la comunità per aumentare il suo impatto sociale. È stato un disastro: è andata in bancarotta, ha

41 Max Weber [1905] *Etica protestante e spirito del capitalismo,* Sansoni, Firenze, 1989.

> licenziato delle persone… e quindi alla fine che impatto ha avuto, positivo intendo? Zero. Se avesse fatto più profitto starebbe ancora facendo cose buone. Il punto è questo: se non sistemi le cose a livello finanziario non puoi fare nulla di buono. Bisognerebbe essere orgogliosi di far profitto!

Il profitto non solo è considerato eticamente neutro, ma anche proprio strumentale al raggiungimento di un obbiettivo sociale. Secondo il regime di verità a cui la soggettività imprenditorial-sociale sembra sottoscrivere, è il profitto a provvedere le condizioni affinché l'agire per la collettività possa dispiegarsi: "Più fai profitto, più fai del bene… non so perché è così difficile da capire… da dove viene questa difficoltà? È un business con degli obbiettivi sociali, tutto qui" – dice Francesca, che sta facendo *crowdfunding* per finanziare un progetto di educazione all'ambiente nelle scuole di Milano, e lo dice col tono un po' scocciato di chi sta ripetendo la stessa ovvietà per l'ennesima volta.

Nel discorso dell'impresa sociale la creazione di una certa ricchezza, lungi dall'essere ostacolo all'azione etica, è proprio ciò che l'abilita. E la abilita in una forma autonoma, svincolata cioè – almeno apparentemente – dall'influenza statale. È esattamente questa intrinseca autonomia a distinguere l'impresa sociale. Autonomia concepita come ciò che rende possibile ottenere dei risultati, e che significa la possibilità concreta di mettere in *pratica* le proprie idee, senza ostacoli di tipo burocratico, senza pressioni partitiche.

Sara, una ragazza laureata in comunicazione che sta lavorando alla realizzazione di una piattaforma di crowdfounding per cause etiche, spiega che ha scelto di fare impresa, anziché beneficienza, o attivismo, o politica nei partiti, per avere un "maggiore impatto", perché "gli strumenti imprenditoriali sono veloci e indipendenti" mentre la "burocrazia dei partiti ammazza ogni iniziativa". Il profitto per l'imprenditore sociale è quindi garanzia di libertà, libertà di agire per gli altri. Paolo, che è diventato un *opinion leader* nella scena italiana grazie al suo blog e ai seminari che tiene in tutta Europa, afferma sicuro che: "se vuoi cambiare il mondo devi *fare* qualcosa" e "l'impresa rende possibile il *fare*" al contrario della politica partitica a cui "è difficile accedere" e comunque "se poi ci arrivi è chiaro che a un certo punto ti perdi". L'impresa è concepita come un modo per tradurre in pratica delle idee, un modo scevro da influenze esterne, sia di tipo ideologico che burocratico. "Le idee senza una realizzazione sono obsolete ormai" – sentenzia Paolo. Pragmatismo e

autonomia sono percepiti come valori sostanziali, che si connettono all'ideale di cambiare il mondo in quanto abilitatori.

Cosimo ha lavorato per molti anni in una ONG, prima di fondare un'agenzia di consulenza per imprese sociali, durante un lungo pranzo in un pub al nord di Londra parliamo di come l'impresa sociale possa essere vista come un modo di fare politica, certo molto diverso dalla politica partitica. Cosimo sostiene che in tal caso si tratterebbe di una forma migliore e, ricordando la sua esperienza nelle ONG, conclude che: "Se lavori con i governi non sei mai libero, devi seguire delle direttive, procedure, tutta una serie di regole cha alla fine non riesci nemmeno a realizzarlo il progetto che hai pensato. L'impresa sociale permette di agire efficacemente, effettivamente, e poi vedi: se funziona bene, se no no".

L'impresa è caratterizzata come una via per aggirare la burocrazia statale e agire autonomamente, liberamente. La libertà, fiore all'occhiello dell'ideologia neoliberale, libertà che prima di tutto, come si vede, è libertà di cogliere delle opportunità, libertà di esprimersi attraverso il proprio lavoro, libertà di commerciare, è uno dei valori che, assieme all'efficacia, vengono associati all'impresa. In una sorta di processo di razionalizzazione del carisma, da un lato si costruisce il profilo dell'imprenditore come un essere che agisce al di là della burocrazia, come un individuo mosso da grandi ideali; e dall'altro si riduce l'impresa, laddove diventa pratica giornaliera, struttura economica, a una serie di strumenti efficaci alternativi alla politica partitica, all'attivismo e all'associazionismo.

L'idea che impresa e innovazione possano fornire un vero e proprio metodo per riuscire in ciò in cui la politica tradizionale ha fallito non è nuova. Lo aveva scritto negli anni ottanta, con grande chiarezza e non senza enfasi, Peter Drucker, uno dei padri fondatori degli studi sul *management*:

> L'innovazione e l'imprenditorialità sono pertanto necessarie per la società come lo sono per l'economia; per l'istituzione di pubblici servizi come per l'azienda commerciale o industriale. È proprio perché non comportano interventi radicali, ma graduali: un prodotto qui, una politica là, un servizio pubblico da un'altra parte; perché non sono pianificate ma legate a una specifica opportunità e a un particolare bisogno; perché sono possibiliste, e scompaiono se non realizzano il risultato previsto e necessario; perché, in altre parole, sono di natura pragmatica e non dogmatica, modesta e non grandiosa, che l'innovazione e l'imprenditorialità permettono di mantenere

> la società, l'economia, l'industria, il servizio pubblico o l'azienda flessibili e capaci di rinnovarsi continuamente. È per questo che possono conseguire ciò che Jefferson pensava che ogni generazione potesse raggiungere con la rivoluzione, e possono farlo senza spargimenti di sangue, senza guerre civili o campi di concentramento, senza catastrofi economiche ma in modo deciso e controllato.[42]

Una certa genealogia dell'impresa sociale deriva dunque dalla convinzione che la mentalità manageriale, una volta applicata a problemi sociali o di qualsiasi altro tipo, possa ottenere risultati altrimenti impensabili. La caratterizzazione dell'impresa si basa su una chiara opposizione con la politica tradizionale, sia intra che extra parlamentare, tacciata d'esser lenta, inefficace e idealistica, mentre dall'altra parte l'impresa è vista come pragmatica, efficiente e autonoma. In altre parole, essa viene concepita come una tecnica, anziché un'ideologia – è 'modesta' e non 'grandiosa', non segue una pianificazione ma coglie opportunità. In quanto tale può venire applicata a qualsiasi situazione, e in qualsiasi caso: 'un prodotto qui, una politica là'. I mezzi imprenditoriali sono intesi come eticamente neutri, e ciò rende possibile la loro concettualizzazione come meri tramiti di contenuti e volizioni di singoli imprenditori e imprenditrici, che poi verranno valutati dal meccanismo del mercato e perciò 'scompaiono se non realizzano il risultato previsto'. Questa assunzione di neutralità etica e efficacia pragmatica è ciò che fa dell'impresa sociale un potenziale pensiero unico, acquisibile dai più disparati attori, nei più diversi contesti.

In ultima analisi *ciò che caratterizza la soggettività imprenditorial-sociale è un regime di verità che considera eticamente neutri ma tecnicamente efficaci i mezzi imprenditoriali e che affida la costruzione di una società migliore a valori, ideali e idee di singoli individui che agiscono autonomamente.* La postulazione della neutralità dei mezzi imprenditoriali e l'ermeneutica di un individuo virtuoso sono i due pilastri concettuali su cui l'impresa sociale costruisce se stessa e dà origine all'idea di una economia delle virtù. Tuttavia, tali assunzioni presentano aspetti problematici, soprattutto laddove si rifletta sull'implicito carattere del discorso e dell'azione politici sottesi. L'ermeneutica di un individuo virtuoso come pernio e punto di partenza per una svolta etica dell'economia, e per un miglioramento della società, testimonia prima di tutto il collasso della politica e dell'etica in una dimensione prettamente

42 Peter Ferdinand Drucker, *Innovazione e imprenditorialità*, Sonzogno: Etas, 1986, pp. 259-260.

personale, in una scelta individuale. Inoltre qualsiasi ermeneutica ha i suoi dispositivi, le tecniche attraverso cui si attualizza, ed è anche ad esse che si deve guardare per valutarne portata e rilevanza. Non è certo trascurabile, per esempio, che le virtù degli aspiranti imprenditori sociali devono poter essere tradotti in *business plan*.

Questo processo, la cui complessità viene spesso rimossa dalla soggettività imprenditorial-sociale, rappresenta invece uno snodo critico molto importante. Infatti la tecnica di per sé non può essere considerata neutrale, ogni mezzo non è mai mero strumento a servizio delle differenti volizioni degli esseri umani, bensì esso ha una sua *agency,* e cioè incide sui modi dell'azione e del pensiero. Heidegger, nel saggio *La questione della tecnica,* ha meravigliosamente spiegato che qualsiasi tecnica è prima di tutto visione del mondo, costruzione di una certa realtà, che potrebbe anche non esistere, nel senso che si tratta appunto di una realtà *prodotta*. La tecnica è quindi sempre una modalità della conoscenza e mai una serie di meri strumenti al servizio dell'essere umano.[43] Questa prospettiva apre le porte a un approccio critico e permette di mettere in discussione il modo in cui una certa tecnica ci porta a conoscere e ad agire, e quale aspetto del mondo essa mette in luce. La questione dunque, in relazione al nostro oggetto d'indagine, si concentra sui mezzi imprenditoriali e sul tipo di azione che essi forgiano, e quale visione della politica – intesa come azione atta a cambiare le circostanze della nostra vita comune – essi costruiscono e rivelano. Di tale argomento si occupa il prossimo capitolo.

43 Martin Heidegger [1953] *La questione della tecnica,* in *Saggi e discorsi,* Mursia, Milano, 2007.

V. Per una politica esperienziale

Incontro Miranda a Hoxton Square, in uno dei quartieri più hipsterizzati di Londra. Non ha nemmeno trent'anni ed è vestita con un maglione largo e colorato, dei jeans strettissimi arrotolati appena sopra la caviglia, e un paio di scarpe stringate. Sì, sembra essere abbastanza hipster per vivere e lavorare qua. Miranda è laureata in architettura a pieni voti ma ha deciso di non andare a lavorare in uno studio. Mentre beve un succo alla banana e kiwi, la cui etichetta giura che non contiene conservanti o additivi di nessun genere, spiega la sua scelta: "Che senso ha continuare a progettare palazzi sempre più alti? È tutta una cosa per nutrire l'ego dei grandi architetti, a me non interessa far vedere quanto sono brava a progettare un nuovo edificio, io voglio usare quello che so per migliorare il mondo, non per peggiorarlo con un altro grattacielo!". Nel 2012, dopo anni di gavetta passati a lavorare part-time nei ristoranti e a competere per vincere piccoli fondi e realizzare progetti pilota, Miranda ha fondato la sua piccola impresa, così piccola che ha una sola dipendente: lei stessa. Si occupa di sviluppare progetti di design partecipativo in quartieri periferici e non-luoghi di vario genere: un parchetto dimenticato, una sala per la comunità in una casa popolare, l'aula dove si fanno le riunioni per alcolisti anonimi, un marciapiede che scorre tra i casermoni. "Non volevo che il destino delle persone fosse determinato dal posto in cui vivono. Se nasci in un quartiere popolare orribile, e hai intorno sempre cose orribili, come puoi essere una persona costruttiva? Positiva? Allora io organizzo dei progetti in cui le persone ridisegnano i loro spazi, li modificano, li rendono più belli, e sviluppano così un senso di appartenenza e quindi di cura". Quando le faccio notare che la volontà di diminuire la diseguaglianza sociale evoca politiche di sinistra non mi lascia finire la frase e precisa: "Io non credo in

destra o sinistra, o nei partiti politici in generale. Però certo voglio contribuire affinché la diseguaglianza si riduca e ognuno abbia le stesse opportunità". Secondo Miranda il modo migliore per diminuire la diseguaglianza sociale è agire individualmente nella propria sfera di influenza, e rifuggire qualsiasi forma di delega e generalizzazione

Caterina mi accoglie nel suo studio in una ricca zona residenziale di Milano. Era lo studio della madre, architetto di successo, ma adesso è passato a lei, che da un anno e mezzo produce scarpe. Caterina ha i capelli lunghi raccolti in una treccia, sicuramente meno di trent'anni, e tre computer sulla scrivania. Mi offre dei frutti di bosco e una sigaretta, poi afferma che deve smettere di fumare. Mi guardo intorno, il suo atelier è proprio un bello spazio, glielo dico, e lei subito, sorridendo, dichiara: "Faccio tutto questo perché mi piace, per esprimere me stessa". Non avevo dubbi. Caterina spiega che mentre studiava in un famoso istituto internazionale di moda e design non sopportava l'idea del fashion che professori e compagni di corso abbracciavano e promuovevano: "Un fashion fatto o di cose immettibili, innaturali, oppure di roba di qualità infima, da buttare dopo un anno. Il tutto prodotto sfruttando la forza lavoro in paesi come la Cina e la Cambogia". Caterina cerca di fare le cose in modo diverso: "Io produco in Italia, do lavoro ai pellettieri toscani, produco una scarpa che ti dura negli anni, che va contro l'ideologia consumista". Afferma che si sente parte di un movimento più grande, che molti giovani non vogliono più vivere nella "società consumistica degli anni ottanta", che è un modo di fare e stare al mondo che sta morendo. E lei la sua linea di scarpe la fa pensando a questo "cambiamento generazionale", per fare la sua parte in questa "quasi-rivoluzione che deve ancora arrivare ma che si sta preparando".

Miranda e Caterina, il cui discorso può essere preso a esempio del sentire di molti innovatori e imprenditori sociali, vedono il "cambiamento" e il "miglioramento" della società come il frutto della volontà di esprimere loro stesse, che a sua volta prende la forma di un'azione imprenditoriale localizzata. Miranda approccia il problema dell'ineguaglianza strutturale della società neoliberale agendo in un determinato quartiere, in una certa scuola, con un certo gruppo di persone. Il suo agire si limita alla sua sfera d'influenza, a ciò che può vedere e fare in quanto singolo individuo. I giovani stilisti che come Caterina sono in disaccordo con i modi di produzione del fashion mainstream sono molti, rifiutano l'idea della moda come mera sfera di consumo perché

rifiutano la società dei consumi. Il loro contributo prende la forma di una piccola produzione che cerca di non replicare gli stessi pattern. In gioco c'è l'articolazione di una *forma di politica esperienziale, che prescinde o rimuove l'analisi sistemica per diventare espressione di virtù individuali sotto forma di business dalla influenza circoscritta*.

Come ho più volte accennato, non c'è quindi più nessun partito e nessuna di volontà collettiva cui sottomettere le diverse individualità. L'imprenditore di se stesso non sottoscrive nessun contratto sociale ma si fa risolutore e innovatore nel suo spazio di azione individuale. Questo è ciò che è permesso dai mezzi imprenditoriali e dalla loro efficacia e autonomia. L'individualizzazione del discorso politico che prende le sembianze dell'impresa per potersi attualizzare in un'azione autonoma e efficace si definisce come necessariamente limitato alle immediate circostanze e le virtù personali di ognuno. La decantata efficacia dell'imprenditorialità infatti dipende dalla possibilità di esperire direttamente i suoi effetti, e di costruire una soluzione *ad hoc* per ogni singolo problema o situazione locale. 'Il governo non può *empatizzare* con tutta la società, per cui l'azione è lasciata ai singoli cittadini che conoscono meglio i loro problemi', sostiene un pamphlet pubblicato da Nesta, *think tank* europea che investe ingenti risorse nella ricerca su innovazione e impresa sociale. [44] Gli autori di questo pamplhet usano proprio la parola "empatizzare" per definire ciò che un governo nazionale non è capace di fare, e da questa incapacità ne conseguirebbe l'inadeguatezza. Questa scelta terminologica è emblematica, empatia infatti significa 'la capacità di comprendere lo stato d'animo e la situazione emotiva di un'altra persona, in modo immediato, prevalentemente senza ricorso alla comunicazione verbale'.[45] Il discorso politico che viene promosso è dunque squisitamente esperienziale: si origina e si esaurisce nell'immediatezza dell'esperienza individuale. La sfera del politico diventa personale, così come la sfera personale diventa politica.

Quel che viene rimosso da siffatti azione e discorso politici è l'analisi sistematica e strutturale delle cause delle problematiche sociali. L'analisi delle politiche economiche neoliberali che producono e si reggono sulla diseguaglianza è infatti troppo spesso assente dal discorso di chi cerca di lenirne i sintomi trovando soluzioni locali. Per esempio i giovani stilisti

---

44 Il testo *Radical Efficiency: different better lower cost public service,* si può scaricare all'indirizzo: https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/radical_efficiency.pdf.

45 Definizione presa dal vocabolario on-line Treccani: http://www.treccani.it/vocabolario/empatia/.

contro il consumismo e lo sfruttamento della manodopera a basso costo difficilmente prendono in esame la divisione del lavoro che caratterizza l'economia neoliberista globalizzata. Essi ne esperiscono alcune conseguenze, in modo immediato, e in modo più immediato possibile intervengono nella loro sfera di influenza, forgiando una soggettività che dissente, e creando realtà imprenditoriali che rifiutano certe logiche. Con questo non s'intende suggerire che imprenditori e imprenditrici sociali non siano coscienti del ruolo di un certo sistema economico e politico, ma la loro azione non lo considera, è strutturalmente inadeguata per considerarlo. La mentalità manageriale da *problem-solver*, laddove si applica alla società, non può fare altro che prescindere da una critica organica alle cause sistemiche. Dovrà invece concentrarsi sull'escogitare soluzioni intelligenti a problemi specifici, che saranno sostenibili se in grado di attrarre sufficienti investitori e clienti. In ultima analisi infatti resta alla logica del mercato il compito di stabilire se una certa soluzione "funziona" o meno.

Il tipo di "cambiamento" sbandierato e augurato da molti discorsi su impresa e innovazione sociale si configura quindi come azione persuasiva, che invece di opporsi alle logiche dell'economia neoliberale cerca di ridefinirle sostituendone i contenuti ma lasciandone inalterata la struttura. Così l'economia imprenditoriale e competitiva viene accettata, purché sia dirottata verso obbiettivi *sociali,* e la traduzione della sfera sociale in indicatori economici è auspicabile, se tali indicatori servono a misurare e dare valore a azioni con impatto positivo.

Conclusione

Ho l'impressione che l'idea di cambiamento come insieme di azioni individuali e localizzate non riguardi soltanto l'impresa sociale, piuttosto sia parte di un senso comune *in fieri*. Si potrebbe spiegare l'imporsi di questa sorta di idealismo pragmatico – presumibilmente capace di conseguire una rivoluzione efficiente, per dirla con Drucker – come una comprensibile conseguenza del crollo delle grandi narrative e ideologie che ha permeato il post-modernismo. Il sentire contemporaneo sembra infatti sempre più propenso a vedere nella soluzione concreta di problemi limitati ad opera di individui particolarmente talentuosi una forma di azione politica desiderabile. Per esempio, il sempre più diffuso fenomeno della *gamification* articola un regime di verità simile, secondo il quale tramite il pensiero ludico si possono trovare soluzioni immediate e misurabili a problemi concreti.[46] Jane McGonigal, una delle voci più ascoltate e discusse in questo campo, lo proclama entusiasta in un celebre TED talk in cui spiega che i giocatori possono applicare le loro capacità non solo a contesti videoludici ma addirittura ai problemi della Terra.[47] Anche la figura dell'artista è stata spesso ridefinita in relazione all'impatto sociale della sua opera, e inserita in un discorso secondo il quale l'arte ha senso se mirata alla risoluzione di precisi problemi.[48]

A mio avviso siamo di fronte al formarsi di un senso comune nell'accezione gramsciana del termine, e cioè a un modo di vedere il mondo che

46 Per una rilfessione articolata sul fenomeno della gamification rimando a Mathias Fuchs, Sonia Fizek e Paolo Ruffino (a cura di) *Rethinking Gamification,* Hybrid by Meson Press, 2014.

47 Il titolo della presentazione di Jane McGonigal è 'I videogiochi possono rendere il mondo un posto migliore', ed è stato visto, secondo il sito della TED, da più di 3 milioni di persone fino ad oggi. E' disponibile all'indirizzo http://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world.html.

48 Per una visione critica di questo fenomeno si rimanda al testo di Claire Bishop *Artificial Hells: Participatory Arts and the Politics of Spectatorship,* Verso Books, Brooklyn, 2012.

si dà come ovvio, scontano, quando invece nasconde – come del resto ogni pensiero – un certo regime di verità e potere. Il nucleo di questa sempre più diffusa visione del mondo è la declinazione dell'idea di cambiamento negli atti di singoli individui che tentano di trasformare e migliorare la società agendo su precisi sintomi. Un ulteriore tratto caratteristico è che cambiare il mondo, lavorare e divertirsi, sono percepiti come obbiettivi sussumibili entro un'unica attività, e perseguibili a prescindere da forme di associazione e organizzazione collettiva.

Anche la politica "tradizionale" si sta gradualmente appropriando di tale narrativa. Si pensi ai cosiddetti nuovi partiti – dal Pirate Party al Movimento 5 Stelle – che si professano post-ideologici e mirano a una forma di democrazia in cui ogni individuo possa agire direttamente e attivamente. Del resto siffatta narrativa può facilmente venir presentata e recepita come *nuova* poiché appunto si sveste (apparentemente) del pensiero ideologico proponendo in cambio una sorta di oggettiva efficacia, e punta su un potenziamento dell'individuo a dispetto del potere di organizzazioni collettive (spesso percepite come elitiste o settarie). La mobilitazione dell'idea di *nuovo*, e dunque la costruzione del *futuro,* conferisce una forza straordinaria a questi discorsi, facendo leva sulla desiderata speranza di un mondo occidentale che si sente sempre più minacciato e in pericolo. In effetti, mi sembra che oggi imprenditori sociali di vario genere e natura (giocatori, artisti, politici etc.…) siano tra i pochi a osare proclamare entusiasti la possibilità di un futuro migliore.

Promuovere l'idea di futuro associata all'innovazione sociale è uno dei compiti primari degli attori più influenti della scena. A Marzo 2015 ho partecipato a un evento esemplare, il *FutureFest*: due giorni di *talks*, eventi, performances e dibattiti che dovrebbero indicare e produrre una certa visione di futuro.[49] Vi hanno partecipato grandi nomi come Vivienne Westwood e Edward Snowden (in collegamento Skype da Mosca), e personaggi improbabili come una *food futurologist* e un *future mixologist*. C'erano pure una macchina per la realtà virtuale e un prototipo di robot, interagendo con il quale si poteva riflettere sul ruolo dei cyborgs nelle nostre vite.

Nella sezione *Politics* si è tenuto un dibattito sulla differenza tra "vecchia" e "nuova" politica. La nuova politica era rappresentata dal MS5, *Podemos* e *Pirate Party*. Il deputato MS5 ha dichiarato sicuro: "Ogni cittadino può scrivere leggi!" – mentre mostrava immagini di una piattaforma on-line capace

49 Ulteriori informazioni e materiali disponibili al sito: http://futurefest.org/.

di guidare la proverbiale casalinga di Voghera attraverso una breve carriera da giurista. Il candidato di Podemos ha detto che non si tratta più di "destra o sinistra" ma di "*bottom-up* e *top-down*", e cioè di partiti che danno il potere alle persone, e partiti che non glielo danno. Successivamente, i rappresentanti della "vecchia politica" – un candidato dei labouristi, una dei *green* e un membro di una *think tank* dei conservatori – si sono difesi umilmente, giurando di stare iniziando a twittare e ammettendo che i loro partiti sono destinati a estinguersi ma, pregava il labourista, forse qualcosa della tradizione poteva essere salvato, e non era il caso di "buttare via il bambino con l'acqua sporca". Quando il facilitatore del dibattito ha lanciato un veloce sondaggio tra il pubblico, composto perlopiù di trentenni e quarantenni in scarpe da ginnastica, la "nuova politica" ha ottenuto una vittoria schiacciante su "la vecchia politica". Allora il facilitatore, tra il serio e il faceto, ha commentato: "Beh immagino che molti di voi stiano fondando un nuovo partito allora, quanti?" e almeno cinque mani si sono alzate.

Sembra quindi che la politica "del futuro" segua le stesse linee guida dell'innovazione sociale, puntando tutto sul potenziamento delle facoltà del singolo: non importa più che ci siano i giuristi a scrivere le leggi, può farlo chiunque. Inoltre, percepisce come limitante qualsiasi forma di "ideologia", inteso qui nel suo significato di sistema valoriale. Quando ho intervistato il deputato dell'MS5 gli ho chiesto perché. Lui ha risposto senza indugi: "Le ideologie sono vecchie. Non servono ideologie ma soluzioni". Io gli ho fatto notare che ci possono essere varie soluzioni a uno stesso problema, e che ognuna di esse sottende un sistema di idee. Lui non era d'accordo.

La negazione del carattere ideologico dell'idea di un futuro post-ideologico è resa possibile dall'uso della nozione stessa di *soluzione* che, come abbiamo visto, è centrale anche nel discorso dell'impresa sociale. Essa esclude un orizzonte valoriale specifico per rimandare a un rimedio tecnico, come una medicina che è efficace anche senza bisogno di "crederci". Una soluzione è tale perché funziona, e in base a ciò deve essere valutata. È così che si crea l'illusione di un pensiero post-ideologico, della possibilità di applicare una mentalità manageriale, da problem solver di mestiere, a un organismo complesso e in divenire come la società.

Steven Rose, celebre neuroscienziato e ottimo divulgatore, una volta interrogato sull'efficacia degli psicofarmaci rispose che essi possono a volte curare i sintomi, ma non dicono nulla sulle cause, e questo è l'errore epistemologico

in cui possono indurre: “Se ho mal di denti e prendo un’aspirina il mal di denti mi passa. Ma questo non significa che la causa del mal di denti sia la mancanza di aspirina”.[50]

Il regime di verità dell’impresa sociale, e di tutta un’idea di “futuro” che si sta formando, è vittima dello stesso errore, quello di curare gli effetti scambiandoli per le cause. Come spero di aver dimostrato, questa pretesa neutralità delle soluzioni diventa a sua volta una potenziale ideologia, un sistema di valori in piena regola che stabilisce cosa è giusto e cosa sbagliato, di fatto offrendo un’interpretazione della realtà necessariamente parziale.

Questa si regge sulla implicita convinzione che il mercato possa stimare il valore delle virtù, testandone in qualche modo l’efficacia. Di fatto, per quanto virtuoso possa essere un singolo *changemaker,* per quanto autentico il suo desiderio di cambiare il mondo, se alla fine tutto ciò non si traduce in un *business plan* efficace semplicemente fallisce. In ultima analisi *il mercato diventa il luogo di verificazione delle virtù*. Alfredo, aspirante *changemaker* che ha investito un anno della sua vita e tutti i suoi risparmi nella creazione di un’impresa sociale, alla fine ha dovuto smettere, perché i soldi erano finiti, gli investitori mai arrivati, e il mondo era rimasto com’era. Adesso lavora per una grande multinazionale, ma continua a curare una pagina Facebook dedicata all’impresa sociale, e a partecipare a svariate attività correlate.

Sebbene abbia qui proposto una critica dell’impresa sociale, identificando alcuni snodi problematici del suo discorso, non è mia intenzione negarne le potenzialità. Tuttavia credo che affinché queste possano attualizzarsi il movimento d’impresa sociale debba sviluppare una riflessione più apertamente politica, che prenda seriamente in considerazione l’attuale sistema economico e la struttura della società per poter elaborare una visione comune alternativa e forte. In ultima analisi, la negazione della natura politica dell’impresa sociale, che serve, per assurdo, a segnarne la “novità”, è di fatto un dispositivo ideologico che impedisce alle istanze radicali del movimento di dispiegarsi.

50 Il neuroscienziato Steeven Rose ha usato questa metafora in un intervento tenutosi alla Goldsmtihs University of London, in occasione della conferenza: *The Psychopathologies of Cognitive Capitalism: The Cognitive Turn* 23-24/05/2014.

Bibliografia

- Hannah Arendt [1958], *Vita activa. La condizione umana,* Bompiani, Milano 1991, p. 200.
- Adam Arvidsson, Giannino Malossi e Serpica Naro, *Lavoro che passione! Le condizioni di lavoro nella moda italiana.* Si può scaricare il pdf all'indirizzo: http://www.alfabeta2.it/wp-.
- Zygmunt Bauman, *Individualmente insieme,* La Ginestra, Parma, 2008. Kindle edition (pos 461).
- Ulrich Beck, *La società globale del rischio,* Asterios, Trieste, 2001.
- Franco Berardi, *La fabbrica dell'infelicità: new economy e movimento del cognitariato,* Derive e Approdi, Roma, 2001.
- Franco Berardi, *The Soul at Work,* Semiotexte, New York, 2009.
- Claire Bishop, *Artificial Hells: Participatory Arts and the Politics of Spectatorship,* Verso Books, Brooklyn, 2012.
- Gregory Dees & Beth Battle Anderson, *Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought*, in Mosher-Williams, R (a cura di), *Research on social entrepreneurship: understanding and contributing to an emerging field*, 1 (3) Indianapolis, IN ARNOVA, 2006: pp.39-66.
- Gregory Dees, *The Meaning of Social Entrepreneurhsip.* 1998.
- Andrew Dilts, *From 'Entrepreneur of the Self' to 'Care of the Self': Neo-liberal governmentality and Foucault's Ethics,* in *Foucault Studies,* 12:130-146, 2011.
- Jacques Donzelot, *Pleasure at Work,* in Graham Butchell, Colin Gordon e Peter Miller (a cura di) *The Foucault Effect: Studies in Governmentality,* University of Chicago Press, Chicago, 2008.
- William Drayton, *Everyone is a changemaker, Social Entrepreneurhsip Ultimate Goal*, MIT press, 2006.
- Peter Ferdinand Drucker, *Innovazione e imprenditorialità*, Sonzogno: Etas, 1986.
- Alain Fayolle e Henry Matlay (a cura di), *Handbook of Research on Social Entrepreneurship,* Edward Elgar, Cheltenham UK and Northampton MA, 2010.

— Michel Foucault, *La fonction politique de l'intellectuel*, in *Dits et écrits II*, 1976-1988, ed. D. Defert and F. Ewald, Paris, Gallimard, 2001.
— Michel Foucault, *Truth and Subjectivity* in *The politics of Truth*. Semiotext(e), Los Angeles, 2007.
— Michel Foucault, *La nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-1979),* Feltrinelli, Milano, 2005. p. 129.
— Michel Foucault, *Del governo dei viventi,* Feltrinelli, Milano, 2014.
— Mathias Fuchs, Sonia Fizek e Paolo Ruffino (a cura di), *Rethinking Gamification,* Hybrid by Meson Press, 2014.
— Rosalind Gill e Andy Pratt, *In the Social Factory? Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work,* in *Theory Culture and Society* 25(7-8): 1-30, 2008.
— Martin Heidegger, [1953] *La questione della tecnica,* in *Saggi e discorsi,* Mursia, Milano, 2007.
— Daniel Hijort e Chris Steyaert (a cura di), *Entrepreneurship as Social Change,* Edward Elgar, Cheltenham UK and Northampton MA, 2006.
— Maurizio Lazzarato, *Lavoro immateriale. Forme di vita e produzione di soggettività,* Ombre Corte, Verone, 1997.
— Maurizio Lazzarato, *Neoliberalism in Action: Inequality, Insecurity and the Reconstitution*, in *Theory, Culture & Society*, Sage, 26; 109-133, 2009.
— Charles Leadbeater, *The Rise of the Social Entrepreneur*, DEMOS, London, 1997.
— Daniele Lorenzini, *What is a Regime of Truth,* http://www.fsw.uzh.ch/foucaultblog/featured/28/what-is-a-regime-of-truth.
— Lois McNay, *Self as Enterprise Dilemmas of Control and Resistance in Foucault's The Birth of Biopolitics,* in *Theory Culture and Society,* 26: 55-67, 2009 p. 65.
— Angela McRobbie, *Clubs to Companie: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded up Creative Worlds,* in *Cultural Studies* 16(4): 518-531, 2002.
— Angela McRobbie *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* Routledge, London, 1998.
— Antonio Negri, *Marx oltre Marx,* Feltrinelli, Milano, 1979.
— Nesta *Radical Efficiency: different better lower cost public service,* https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/radical_efficiency.pdf.
— Alex Nicholls, (a cura di) *Social Entrepreneeurship: New Models of Sustainable Social Change.* Oxford University Press, Oxford, 2006, p. 1.
— Marthe Nyssens (ed) *Social Enterprise: at the Crossroad of Market, Public Policies and Civic Society,* Routledge, New York, 2006.
— Paul Ricoeur, *Sé come un altro*, Jaca Books, Milano, 1993.

— Nicholas Rose, *Powers of Freedom: Reframing Political Thought.* Cambridge University Preess, Cambridge (UK), 1999.
— Andrew Ross, *No Collar: The Humane Workplace and its Hidden Costs,* Temple University Press, Philadelphia, 2004.
— Joseph Schumpeter [1934], *Teoria dello sviluppo economico,* Sansoni, Firenze 1977.
— Adam Smith [1759], *Teoria dei sentimenti morali,* Milano: BUR, 1995.
— Max Weber [1905], *Etica protestante e spirito del capitalismo,* Sansoni, Firenze, 1989.
— Paolo Virno, *La grammatica della moltitudine,* Derive e Approdi, Roma, 2003.

Elenco Indirizzi Web

— Ashoka
www.ashoka.org
— Big Society
https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78979/building-big-society_0.pdf
— Commissione Europea
http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/policy/social/index_en.htm
— cheFare
http://www.che-fare.com/
— FutureFest
http://futurefest.org/
— Grameen Bank
www.grameen-info.org
— Impact Hub
www.impacthub.net
— Iris Network
http://irisnetwork.it/.
— Jane McGonigal TED
http://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world.html
— Nesta
http://www.nesta.org.uk/
— Progetto Rena
www.progetto-rena.it/
— Skoll Foundation
www.skollfoundation.org/about/

Carolina Bandinelli si è laureata in Filosofia all'Università di Siena, e ha un master in Creative and Cultural Entrepreneurship ottenuto al Goldsmiths College, University of London. Sempre al Goldsmiths, sta completando gli studi dottorali, e lavora come associate lecturer. Si occupa di impresa e innovazione sociale, industrie creative, economia della conoscenza, media e studi culturali. In Italia ha pubblicato *L'Agire politico degli imprenditori sociali,* in *Societing Reloaded,* a cura di Adam Arvidsson e Alex Giordano, oltre a svariati articoli per *Doppiozero* e *cheFare.* Inoltre, pubblica su riviste accademiche internazionali, e si occupa di fashion design per il progetto CREATe. Insieme al gruppo di ricerca coordinato da Adam Arvidsson, sta sviluppando un discorso su produzione di soggettività e pratiche di socializzazione negli spazi di coworking. Le riflessioni che presenta in questo libro sono tratte dai risultati della sua ricerca di dottorato: un'analisi critica delle forme di etica, economia e politica dell'impresa sociale.



La libreria di *doppiozero* è un nuovo modo per trovare in rete libri di qualità, scoprire nuovi autori, rileggere testi dimenticati. *doppiozero* è un'associazione non-profit impegnata in iniziative culturali innovative. È una rivista che legge criticamente l'attualità, una comunità di autori e lettori e ora una casa editrice che offre la possibilità di acquistare libri elettronici in formato aperto, senza criptazioni proprietarie, cioè liberi di essere usati, oggi e domani. Insieme a tutte le altre nostre iniziative, la libreria è per *doppiozero* un'occasione di condivisione e di crescita comune, un impegno con i lettori, un'anticipazione di futuro per la cultura.
Contribuite con noi a renderlo possibile.

Collana cheFare, studi e saggi di innovazione culturale / Il miglior lavoro del mondo. Lo strano caso dell'imprenditoria sociale
© Carolina Bandinelli / a cura di cheFare, Marco Liberatore / pubblicato a luglio 2015 / isbn 9788897685470 / redazione: Luigi Grazioli / progetto grafico: Paola Lenarduzzi, studiopaola / impaginazione: Alice Baraldi / creazione e-pub: Paolo Vigorito /

associazione culturale doppiozero / via a. fioravanti 3 / 20154 milano / **www.doppiozero.com** / **twitter** / **facebook** /
cheFare associazione culturale / **www.che-fare.com** / **twitter** / **facebook** /